

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. Quality & Reliability Engineering2. Engineering Management |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA DI PET COLONY

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



ROSALINA BRIGITA

17 06 09197

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA DI PET COLONY

yang disusun oleh

ROSALINA BRIGITA

17 06 09197

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 12 April 2021

Dosen Pembimbing 1,

Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.

Tim Penguji,

Penguji 1,

Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.

Penguji 2,

Penguji 3,

Yosef Daryanto, S.T., M.Sc.

Dr. Parama Kartika Dewa, S.T., M.T.

Yogyakarta, 12 April 2021

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosalina Brigita

NPM : 17 06 09197

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa di Pet Colony" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2020/2021 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 26 Maret 2021

Yang menyatakan,



Rosalina Brigita

HALAMAN PERSEMBAHAN

UNTUK DIRIKU SENDIRI

TERIMAKASIH TELAH SEMANGAT BERJUANG SAMPAI DETIK INI.

TERIMAKASIH UNTUK TIDAK MENYERAH MENYELESAIKAN SAMPAI HARI INI.

KAMU HEBAT

MAZMUR 20 : 7

SEKARANG AKU TAHU, BAHWA TUHAN MEMBERI KEMENANGAN
KEPADA ORANG YANG DIURAPI-NYA DAN MENJAWABNYA DARI
SORGA-NYA YANG KUDUS DENGAN KEMENANGAN YANG GILANG
GEMILANG OLEH TANGAN KANAN-NYA

HALAMAN PERSEMBAHAN

**IBU PENULIS, CIK VISTA, WAK DEBY YANG MEMBERIKAN SEMANGAT, KASIH,
DAN DUKUNGAN YANG HANGAT UNTUK PENULIS.**

BAGAS WAHYU DEWANGGA

STEPHANNY F.W.

ANINDITA WISNU WARDANA

**TERIMAKASIH UNTUK SEMANGAT DAN PENGERTIANNYA SELALU. CANDA
DAN TAWA YANG SELALU PECAH KETIKA BERKUMPUL BERSAMA.**

VICTORIA NANDIA, AGATHA ITA, ROBERT TAMPUBOLON, IVAN ETENIA

**TERIMAKASIH UNTUK DUKUNGAN DAN SALING MENGINGATKAN UNTUK
TIDAK MENYERAH SATU SAMA LAIN.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah melimpahkan kasih karunia-Nya sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Usulan Peningkatan Kualitas Jasa di Pet Colony* dengan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah syarat kelulusan dalam program Sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini melibatkan banyak pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. A. Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Lenny Halim, S.T., M. Eng., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan, dukungan dan semangat kepada penulis.
4. Ko Hansen dan Om Tiong Bing selaku keluarga pemilik Pet Colony yang sudah bersedia menyediakan tempat, waktu, tenaga, dan pikiran untuk penulis.
5. Mas Eko, Mas Kopyor, Mas Bangkit, Mbak Ainun, Mbak Titi dan seluruh pegawai Pet Colony yang sangat baik menerima dan membantu penulis ketika penelitian di Pet Colony.
6. Ko Temmy, Mas Kenan, Mbak Sella dan Cik Lia yang bersedia menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk selalu membuat *event animal* dalam mendukung penulis mendapatkan data.
7. Komunitas *Husky and Friends*, Komunitas *Dog Run Community*, Komunitas Poodle, Komunitas Golden Retriever yang bersedia memberikan waktu dan segala bentuk dukungan selama penulis melakukan pengambilan data untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Pihak-pihak lain yang turut membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis mengetahui bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dalam

penulisan. Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat berguna bagi Pet Colony dan perkembangan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 23 Februari 2020

Penulis



DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	Error! Bookmark not defined.
	Halaman Persembahan	iv
	Kata Pengantar	vi
	Daftar Isi	viii
	Daftar Gambar	x
	Daftar Tabel	xii
	Intisari	xiv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	5
	1.3. Tujuan Penelitian	5
	1.4. Batasan Masalah	6
2	Tinjauan Pustaka Dan Dasar Teori	7
	2.1. Tinjauan Pustaka	7
	2.2. Dasar Teori	10
3	Metode Penelitian	24
	3.1. Tahapan Penelitian	24
4	Profil Perusahaan	32
5	Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Data	39
	5.1. Penentuan Atribut Pelayanan	39
	5.2. Penentuan Skala Penilaian	48
	5.3. Kuesioner Penelitian	49
	5.4. Penentuan Jumlah Sampel	50
		viii

5.5. Data Hasil Penelitian	51
5.6. Pengujian Kuesioner	56
6 Analisis Perbaikan Layanan Jasa Pet Colony	68
6.1. Analisis Karakteristik Responden	68
6.2. Pengolahan Data Menggunakan Metode <i>Service Quality (Servqual)</i>	70
6.3. Pengolahan Data Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	74
6.4. Analisis Permasalahan Dengan Metode <i>Fishbone Diagram</i>	81
7 Usulan Dan Implementasi Perbaikan	93
7.1. Usulan Perbaikan	93
7.2. Perancangan Pengukuran Kepuasan Pelanggan	100
7.3. Implementasi Usulan di Pet Colony	104
8 Kesimpulan Dan Saran	110
8.1. Kesimpulan	110
8.2. Saran	111
Daftar Pustaka	112
Lampiran	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kotoran Hewan yang Tidak Dibersihkan di Area Hotel Hewan	4
Gambar 1. 2. Air Kencing Hewan Di Ruang <i>Post Grooming</i>	4
Gambar 2. 1. Konsep Metode <i>Servqual</i>	16
Gambar 2. 2. <i>Importance Performance Matrix</i>	20
Gambar 2. 3. <i>Fishbone Diagram</i>	22
Gambar 3. 1. Diagram Alir Tahap Penelitian Pendahuluan dan Studi Pustaka	24
Gambar 3. 2. Tahap Perancangan Kuesioner dan Pengambilan Data	26
Gambar 3. 3. Tahap Pengolahan Data	29
Gambar 3. 4. Tahap Perancangan Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
Gambar 4. 1. Denah Pet Colony dari <i>Google Maps</i>	33
Gambar 4. 2. Tampak Pintu Depan Pet Colony	34
Gambar 4. 3. Proses Bisnis Pembelian Produk di Pet Colony	34
Gambar 4. 4. Proses Bisnis Pelayanan <i>Grooming</i> Pet Colony	35
Gambar 4. 5. Proses Bisnis Pelayanan <i>Pet Hotel</i> Pet Colony	37
Gambar 6. 1. <i>Pie Chart</i> Umur Responden	68
Gambar 6. 2. <i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	69
Gambar 6. 3. <i>Pie Chart</i> Jenis Hewan Yang Dimiliki Responden	69
Gambar 6. 4. Matriks IPA <i>Pet Shop</i>	78
Gambar 6. 5. Matriks IPA <i>Grooming</i>	79
Gambar 6. 6. Matriks IPA <i>Pet Hotel</i>	80
Gambar 6. 7. <i>Fishbone Diagram</i> DTPS1	81
Gambar 6. 8. <i>Fishbone Diagram</i> DTPS2	82
Gambar 6. 9. <i>Fishbone Diagram</i> EPS1	83
Gambar 6. 10. <i>Fishbone Diagram</i> EPS3	84
Gambar 6. 11. <i>Fishbone Diagram</i> BFG7	84
Gambar 6. 12. <i>Fishbone Diagram</i> DTG2	85
Gambar 6. 13. <i>Fishbone Diagram</i> DTG3	86
Gambar 6. 14. <i>Fishbone Diagram</i> EPS2 dan EG4	87
Gambar 6. 15. <i>Fishbone Diagram</i> BFPH3	87
Gambar 6. 16. <i>Fishbone Diagram</i> RPH2	88
Gambar 6. 17. <i>Fishbone Diagram</i> DTPH2	89
Gambar 6. 18. <i>Fishbone Diagram</i> JPH1	89
Gambar 6. 19. <i>Fishbone Diagram</i> JPH2	90
Gambar 6. 20. <i>Fishbone Diagram</i> JPH3	91

Gambar 6. 21. <i>Fishbone Diagram</i> EPH5	91
Gambar 7. 1. Keluhan Mengenai Karyawan	99
Gambar 7. 2. Keluhan Mengenai Transaksi Kasir	100
Gambar 7. 3. Desain <i>Google Form</i>	101
Gambar 7. 4. Pembangunan Kursi	104
Gambar 7. 5. Kursi Tunggu Depan Ruang <i>Grooming</i>	105
Gambar 7. 6. Kursi Kantin	105
Gambar 7. 7. Pembangunan Dapur Kantin	105
Gambar 7. 8. Penyebaran Pak Eko (Kepala <i>Pet Shop</i>)	106
Gambar 7. 9. Penyebaran Mbak Titi (Kepala <i>Grooming</i> dan <i>Pet Hotel</i>)	107
Gambar 7. 10. Kondisi Kamar 1	107
Gambar 7. 11. Kondisi Kamar 2	108
Gambar 7. 12. Kondisi Kamar 3	108
Gambar 7. 13. Kondisi Kamar 4	108



DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa <i>Pet Shop</i>	42
Tabel 5. 2. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa <i>Grooming</i>	44
Tabel 5. 3. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa <i>Pet Hotel</i>	47
Tabel 5. 4. Skala Penilaian	48
Tabel 5. 5. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden <i>Pet Shop</i>	52
Tabel 5. 6. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden <i>Grooming</i>	52
Tabel 5. 7. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden <i>Pet Hotel</i>	53
Tabel 5. 8. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Shop</i>	54
Tabel 5. 9. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden <i>Grooming</i>	55
Tabel 5. 10. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Hotel</i>	56
Tabel 5. 11. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Shop</i>	57
Tabel 5. 12. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden <i>Pet Shop</i>	58
Tabel 5. 13. Hasil Uji Validitas Harapan Responden <i>Pet Shop</i>	59
Tabel 5. 14. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden <i>Grooming</i>	59
Tabel 5. 15. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden <i>Grooming</i>	60
Tabel 5. 16. Hasil Uji Validitas Harapan Responden <i>Grooming</i>	61
Tabel 5. 17. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Hotel</i>	62
Tabel 5. 18. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden <i>Pet Hotel</i>	63
Tabel 5. 19. Hasil Uji Validitas Harapan Responden <i>Pet Hotel</i>	63
Tabel 5. 20. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Shop</i>	65
Tabel 5. 21. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat ini Responden <i>Pet Shop</i>	65
Tabel 5. 22. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden <i>Pet Shop</i>	65
Tabel 5. 23. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Grooming</i>	65
Tabel 5. 24. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat Ini Responden <i>Grooming</i>	66
Tabel 5. 25. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden <i>Grooming</i>	66
Tabel 5. 26. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Responden <i>Pet Hotel</i>	66
Tabel 5. 27. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat Ini Responden <i>Pet Hotel</i>	67
Tabel 5. 28. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden <i>Pet Hotel</i>	67
Tabel 6. 1. Perhitungan <i>GAP</i> Kualitas Pelayanan <i>Pet Shop</i>	70
Tabel 6. 2. Perhitungan <i>GAP</i> Kualitas Pelayanan <i>Grooming</i>	71
Tabel 6. 3. Perhitungan <i>GAP</i> Kualitas Pelayanan <i>Pet Hotel</i>	72
Tabel 6. 4. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan <i>Pet Shop</i>	75
Tabel 6. 5. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan <i>Grooming</i>	76
Tabel 6. 6. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan <i>Pet Hotel</i>	76



INTISARI

Kualitas pelayanan merupakan sudut pandang kepuasan pelanggan mengenai keunggulan suatu pelayanan perusahaan jasa secara menyeluruh. Pet Colony merupakan *pet shop* yang menjual berbagai produk dan menyediakan berbagai layanan : *grooming*, penitipan hewan, taman bermain dan kolam renang. Melihat adanya komentar negatif terhadap Pet Colony, maka Pet Colony ingin mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan mereka dan ingin memperbaiki pelayanan berdasarkan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang mekanisme pengukuran kepuasan pelanggan di Pet Colony, mengukur tingkat kepuasan pelanggan, mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu untuk diperbaiki dan mengidentifikasi penyebabnya, serta memberikan usulan perbaikan. Dari penelitian ini didapatkan nilai *gap* terbesar pada atribut ketersediaan kursi tunggu bagi pelanggan *grooming* yang ingin menunggu (BFG7) dengan nilai -2.15. Hasil perhitungan IPA didapatkan atribut prioritas perbaikan paling utama yaitu ketersediaan kursi tunggu bagi pelanggan *grooming* yang ingin menunggu (dimensi bukti fisik *grooming* BFG7). Usulan perbaikan yang diberikan adalah memberikan pelatihan pada karyawan, merekrut *salesperson pet shop*, merekrut admin *grooming* dan *pet hotel*, memasukkan *database* ke sistem, memiliki sarana penilaian kepuasan pelanggan, membuat kantin kecil dan ruang tunggu, memiliki sistem pemesanan *grooming* satu pintu masuk, membuat kartu rekam jejak pasien dan *checklist* kebersihan *pet hotel*. Pengukuran kepuasan pelanggan untuk peningkatan kualitas berkelanjutan menggunakan *Google Form* sederhana dengan sistem keluhan dan saran serta survei kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kepuasan pelanggan, pelayanan jasa, *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis*, *fishbone diagram*.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Memelihara hewan peliharaan menjadi salah satu kegiatan penyalur emosi dan hobi yang dilakukan oleh kebanyakan orang pada saat ini. Bahkan tidak bisa dipungkiri bahwa memelihara hewan peliharaan bukan menjadi hobi saja tetapi sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar pecinta hewan di Indonesia. Hewan peliharaan yang paling populer sejak dahulu adalah kucing dan anjing. Hewan berbulu ini tidak pernah absen mengisi hati para pecinta hewan peliharaan di Indonesia terlebih di kota Yogyakarta ini. Anjing dan kucing dapat dilatih untuk melakukan beberapa kegiatan yang membantu dan menyenangkan hati para pemiliknya. Anjing dapat dilatih untuk menjaga rumah; memiliki keahlian tertentu seperti *recall*, duduk, berguling, *toilet training* dan yang lainnya; atau juga bisa dilatih untuk *dog show*. Sama halnya seperti anjing, kucing juga dapat dilatih untuk menjadi *cat show* atau memiliki keahlian tertentu.

Peningkatan populasi hewan peliharaan mengakibatkan kebutuhan untuk hewan peliharaan juga semakin meningkat. Kebutuhan untuk memenuhi keberlangsungan hidup hewan peliharaan seperti makan, *snack*, minum, vitamin, vaksin serta perawatan dan penampilan. Selain mementingkan kebutuhan pokok dan kebutuhan akan penampilan hewan peliharaan, pemilik juga harus memberikan perhatian dan memperhatikan kesejahteraan hewan peliharaannya. Dengan adanya kebutuhan di atas, para pemilik hewan dimudahkan dengan adanya keberadaan bisnis *pet shop*.

Pet shop merupakan suatu tempat yang menjual berbagai kebutuhan hewan peliharaan mulai dari makanan kering, makanan basah, *snack* untuk anjing atau kucing, kandang hewan, tempat tidur, arena bermain dan masih banyak lainnya untuk mendukung keberlangsungan hidup hewan peliharaan. Tidak hanya menyediakan kebutuhan hewan saja, sekarang ini ada beberapa *pet shop* yang juga menyediakan layanan *grooming*, penitipan hewan, menyediakan tempat bermain dan atau kolam berenang. Banyak *pet shop* yang menawarkan pelayanan dengan berbagai kemudahan di dalamnya seperti memberikan layanan antar jemput bagi hewan peliharaan, memberikan diskon pembelian, dan yang lainnya agar memberikan rasa puas bagi konsumennya.

Menurut Suryaningtyas dkk (2013) salah satu faktor dalam mempertahankan sebuah bisnis jasa adalah kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan berbanding lurus dengan kepuasan pengguna jasa dari pelayanan yang diberikan. Menurut Afriansyah (2019), kepuasan pelanggan digunakan sebagai sumber energi perkembangan industri jasa. Kepuasan pelanggan merupakan bagian dari keberhasilan sebuah perusahaan jasa, maka untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan perlu adanya kualitas pelayanan dan barang yang dijual. Kualitas pelayanan ini pada dasarnya merupakan sudut pandang pelanggan mengenai keunggulan suatu pelayanan secara menyeluruh (Suryaningtyas dkk, 2013).

Pet Colony merupakan salah satu *pet shop* yang menjual produk berupa makanan, peralatan untuk hewan peliharaan dan juga menyediakan berbagai layanan seperti perawatan *grooming*, penitipan hewan serta taman bermain dan kolam renang. *Pet shop* ini berlokasi di Jalan Padma No 21, Panggung Sari, Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Pet Colony menjual berbagai macam *merk* makanan hewan peliharaan khususnya anjing dan kucing. *Merk-merk* tersebut di antaranya Royal Canin, Pedigree, Sheba, Happy Cat, Jerhigh, Whiskas, Prama, dan masih banyak *merk* lainnya. Pet Colony juga menyediakan layanan perawatan *grooming* serta *hair stylish* bagi hewan yang memiliki bulu lebat maupun untuk kegiatan *dog show*. Pet Colony tidak menyediakan layanan klinik hewan seperti pada yang disediakan oleh beberapa *pet shop* lain di Yogyakarta. Dalam menjalankan bisnisnya, Pet Colony memiliki 8 pegawai diantaranya ada 3 pegawai untuk bekerja di *pet shop* dan 5 orang untuk bekerja di bagian perawatan atau *grooming*. Tugas pegawai yang bekerja di *pet shop* dibagi untuk setiap orangnya yaitu ada bagian kasir, kepala *pet shop*, dan layanan pengantaran kepada pelanggan. Sedangkan tugas pegawai yang berada di bagian *grooming* dibagi menjadi kepala *grooming*, *groomer*, *pet stylish* dan *driver*. Semua pegawai *grooming* harus dapat melakukan pekerjaan *boarding* di bagian hotel hewan yang meliputi memberi makan hewan, membersihkan kandang, dan mengeluarkan hewan untuk bermain sebanyak dua kali sehari.

Selama hampir 3 tahun menjalankan bisnisnya, Pet Colony sudah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada keluhan yang diberikan pelanggan mengenai pelayanan Pet Colony yang disampaikan melalui *Google Review*. Selain keluhan

juga ada masukan dan komentar yang diberikan melalui *platform* tersebut. Terhitung tanggal 18 September 2020, sudah ada 290 ulasan yang diberikan di *Google Review* mulai dari bintang 1 hingga bintang 5. Keluhan pelanggan yang ditinggalkan bermacam-macam; berupa pelayanan yang diberikan, kebersihan lingkungan Pet Colony, sikap pegawai dan lokasi.

Salah satu komentar pada *Google Review* adalah mengenai pelayanan *grooming* di mana pelanggan mendapati hewan peliharaannya terluka dan didapati ada kutu pada hewan peliharaan setelah melakukan *treatment* di Pet Colony. *Grooming treatment* yang ditawarkan di Pet Colony mulai dari layanan antar jemput anak bulu, pengecekan kondisi awal di mana apakah anak bulu terdapat kutu atau jamur atau kondisi yang tidak sehat lainnya, kemudian ada proses pemandian anak bulu, pengeringan, proses *grooming* dan kemudian layanan *pet stylish*. Anak bulu yang disebutkan di atas merupakan sebutan bagi hewan peliharaan yang memiliki bulu. Dalam hal ini, anak bulu yang dimaksud adalah anjing atau kucing. Dalam satu hari Pet Colony dapat melayani lebih dari 10 hewan peliharaan karena layanan *grooming* ini sangat disukai dan dibutuhkan oleh pelanggan. Tingginya minat layanan *grooming* ini tidak sebanding dengan kapasitas pegawai yang tersedia di Pet Colony. Hanya ada 3 pegawai yang dapat melakukan kegiatan *grooming*, 1 pegawai lainnya melakukan proses pemandian, dan 1 lainnya melakukan proses *styling*. Keterbatasan pegawai yang dimiliki Pet Colony menyebabkan proses pekerjaan *grooming* menjadi terburu-buru untuk mengejar target pelayanan agar selesai tepat waktu. Selain itu, tidak semua pegawai memiliki keterampilan yang dimiliki oleh pegawai lainnya karena tidak adanya pelatihan yang diberikan kepada pegawai secara resmi dan memadai. Pelatihan pegawai *grooming* hanya diajarkan oleh pegawai yang sudah bisa melakukan proses *grooming*.

Komentar lainnya mengatakan bahwa konsumen mengeluhkan adanya lingkungan Pet Colony yang berbau. Dilihat dari ulasan yang diberikan di *Google Review*, ada salah satu tempat *grooming* yang berada di dalam *pet shop*. Hasil observasi langsung saat melihat kondisi keseluruhan Pet Colony pun juga ditemukan adanya kondisi hotel penitipan yang tidak terurus, mulai dari kotoran hewan tidak dibersihkan, ruangan ber-AC tidak diberi pengharum ruangan, bulu hewan di mana-mana dan masih banyak air kencing hewan berceceran yang dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2. Selain itu, belum disediakan *checklist* kebersihan di Pet Colony yang mengakibatkan kebersihan lingkungan disana juga kurang diperhatikan.



Gambar 1. 1. Kotoran Hewan yang Tidak Dibersihkan di Area Hotel Hewan



Gambar 1. 2. Air Kencing Hewan Di Ruang *Post Grooming*

Ada juga komentar di mana pelanggan mengalami perlakuan tidak menyenangkan dari pegawai. Pegawai *pet shop* memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi produk dengan jelas baik harga maupun informasi yang lain kepada konsumen yang ingin membeli. Tanggung jawab ini salah satunya dapat dimudahkan dengan adanya pemberian label harga pada setiap produk yang ditata rapi pada tempat yang disediakan. Namun, seperti yang sudah dipaparkan pada paragraf sebelumnya bahwa Pet Colony hanya memiliki 3 pegawai *pet shop* yang berarti jumlah pegawai yang berada di *pet shop* sangat terbatas. Selain itu, hanya ada 1 pegawai saja yang memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual di Pet Colony secara lengkap mulai dari harga, kelebihan, kekurangan dan mampu juga memberikan saran kepada pelanggan yang kebingungan memilih produk yang ingin dibeli. Sehingga ketika pegawai yang memiliki keterampilan lebih itu

sedang memiliki jadwal libur bekerja, pelanggan membatalkan niat untuk membeli produk di Pet Colony.

Ulasan-ulasan diberikan pelanggan pada platform *Google Review* disebabkan oleh belum adanya media atau tempat di mana pelanggan dapat memberikan ulasan maupun komentar terhadap pelayanan yang mereka terima di Pet Colony. Beberapa ulasan negatif muncul karena yang diekspektasikan oleh pelanggan berbeda dengan apa yang mereka alami atau kejadian nyata yang mereka terima. Selama ini, pemilik Pet Colony tidak mengetahui keluhan-keluhan yang disampaikan melalui *Google Review* atau media lainnya. Setelah memperhatikan adanya komentar negatif terhadap Pet Colony, pemilik *pet shop* ingin mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Selain itu, pemilik *pet shop* juga ingin memperbaiki pelayanan mereka yang masih perlu untuk diperhatikan lebih lanjut berdasarkan harapan pelanggan. Selama ini, Pet Colony belum pernah melakukan pengukuran mengenai kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan *pet shop*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi latar belakang yang telah diuraikan pada Sub-bab 1.1., permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana merancang mekanisme pengukuran kepuasan pelanggan di Pet Colony sehingga kualitas pelayanan jasa di Pet Colony selalu dapat terjaga dan dapat terus ditingkatkan.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menyelesaikan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Merancang mekanisme pengukuran kepuasan pelanggan di Pet Colony sehingga nantinya dapat dipergunakan hanya untuk kalangan Pet Colony.
- b. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Pet Colony saat ini dalam rangka perbaikan jangka pendek di Pet Colony.
- c. Mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu untuk diperbaiki
- d. Mengidentifikasi penyebab dari atribut pelayanan yang perlu untuk diperbaiki
- e. Memberikan usulan perbaikan terhadap atribut pelayanan yang perlu untuk diperbaiki.

1.4. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden penelitian merupakan konsumen yang pernah datang, berbelanja, *grooming*, dan menipikan anjing atau kucing. Pelanggan *pet shop* pada umumnya serta peserta *event* anjing maupun kucing juga akan menjadi responden penelitian ini.
- b. Penelitian yang dilakukan hanya pada *pet shop* khusus hewan anjing dan kucing dan pelayanan yang melayani anjing dan kucing.
- c. Pengambilan data dilakukan *offline* pada saat *animal event* berlangsung dan datang di Pet Colony.
- d. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan November 2020 hingga Januari 2021.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bagian tinjauan pustaka akan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan. Tinjauan Pustaka yang dilakukan ini digunakan sebagai acuan penelitian yang saat ini dilakukan serta pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan.

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam keberlangsungan operasional perusahaan. Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya terhadap kualitas pelayanan jasa di beberapa klasifikasi layanan jasa. Klasifikasi layanan jasa yang dibahas antara lain jasa restoran, jasa transportasi, jasa kesehatan, jasa pendidikan, dan jasa murni. Penelitian tersebut di antaranya membahas pelayanan jasa di *coffee shop* oleh Suyitno dan Sudarso (2019) serta Nagara dkk (2020), pelayanan jasa di Stasiun Besar Yogyakarta oleh Korengkeng (2018), pelayanan jasa pada rumah sakit oleh Gunawan dkk (2020), pelayanan jasa pendidikan bahasa Inggris oleh Nugraha dkk (2015) dan Basuki dan Kertaningtyas (2018), pelayanan *online shop* oleh Hermansyah dkk (2020), serta pelayanan di *pet shop* oleh Wijaya (2017), Guterres (2020), Tarigan (2013) dan Masello (2019).

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya masing-masing menggunakan metode yang berbeda-beda untuk penyelesaiannya. Hampir seluruh penelitian terdahulu yang dilakukan menggunakan metode yang sama yaitu metode *Service Quality* atau biasa disebut *Servqual*. Hanya penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dkk (2020) dalam pengukuran kepuasan pelanggan di rumah sakit dan Masello (2019) dalam pengukuran kualitas layanan *pet shop* yang tidak menggunakan metode *Servqual*. Metode *Servqual* ini digunakan untuk mendapatkan nilai *gap* antara harapan dan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Masello (2019) menggunakan metode *Servperf* di mana metode ini mengukur kualitas pelayanan terbatas pada kinerja pelayanan perusahaan saja. Metode *Servperf* tidak mengukur kesenjangan seperti yang dilakukan pada metode *Servqual*.

Penelitian Gunawan dkk (2020) dalam upayanya meningkatkan kepuasan pelanggan di rumah sakit, Wijaya (2017) pada perbaikan kualitas layanan di *pet shop*, Guteress (2020) dalam upayanya meningkatkan kepuasan pelanggan di *pet shop*, serta Suyitno dan Sudarso (2019) dalam upayanya meningkatkan kepuasan pelanggan di *coffee shop* menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mendapatkan atribut perbaikan yang perlu untuk diprioritaskan. Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dkk (2020) dan Guterres (2020) juga menggunakan metode Kano yang memiliki fungsi yang sama dengan metode IPA yaitu mendapatkan atribut perbaikan yang perlu untuk diprioritaskan.

Di lain hal, ada metode berbeda yang digunakan oleh Korengkeng (2018) dalam upayanya meningkatkan kualitas pelayanan di Stasiun Besar Yogyakarta dan Nagara dkk (2020) dalam upayanya meningkatkan kualitas pelayanan di *coffee shop* yaitu menggunakan metode *Theory of Inventive Problem Solving (TRIZ)*. Berbeda dengan metode IPA dan metode Kano, metode *TRIZ* digunakan untuk dapat mengetahui sebab permasalahan dan usulan perbaikan untuk permasalahan. Selain metode *TRIZ*, metode *fishbone diagram* juga dapat dipergunakan untuk mencari akar permasalahan dari setiap *gap* yang ada dan memberikan usulan perbaikan untuk setiap permasalahan. Metode *fishbone diagram* digunakan oleh Wijaya (2017) pada penelitiannya yang dilakukan untuk memberi perbaikan kualitas layanan di salah satu *pet shop* yang terletak di Yogyakarta. Selain itu, metode *fishbone diagram* juga digunakan dalam penelitian Basuki dan Kertaningtyas (2018) dan Hermansyah dkk (2020). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Guterres (2020) menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) untuk merancang kebutuhan pelanggan.

Pada metode *Servqual* digunakan kuesioner di mana responden nantinya bisa menentukan skala ekspektasi, harapan dan tingkat kepentingan dari setiap atribut kuesioner. Atribut kuesioner yang digunakan disusun berdasarkan dimensi kualitas jasa. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan menggunakan 5 dimensi kualitas jasa yaitu dimensi bukti fisik (*tangible*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dimensi empati (*emphaty*) dan dimensi reliabilitas (*reliability*). Atribut penelitian yang digunakan oleh Wijaya (2017), Korengkeng (2018), Gunawan dkk (2020), Nagara dkk (2020) dan Guterres (2020) berkaitan dengan dimensi bukti fisik meliputi kebersihan ruangan dan penataan ruang. Sedangkan atribut penelitian yang digunakan oleh Tarigan (2013), Masello (2019), Korengkeng (2018), Basuki dan Kertaningtyas (2018),

Gunawan dkk (2020) dan Nugraha dkk (2015) mengenai dimensi bukti fisik meliputi fasilitas yang lengkap, fasilitas yang modern, dan penampilan karyawan.

Atribut penelitian lainnya yang termasuk dalam dimensi reliabilitas meliputi memberikan pelayanan yang dijanjikan, pelaksanaan pelayanan tepat waktu dan pemberian informasi dari karyawan kepada pelanggan digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017), Tarigan (2013), Masello (2019), Suyitno dan Sudarso (2019), Korengkeng (2018), Gunawan dkk (2020) dan Nugraha dkk (2015). Pada penelitian yang dilakukan oleh Guterres (2020) atribut mengenai dimensi reliabilitas ini membahas mengenai jam operasional perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017), Guterres (2020), Tarigan (2013), Suyitno dan Sudarso (2019), Korengkeng (2018), Nagara dkk (2020) dan Gunawan dkk (2020) atribut pada dimensi daya tanggap meliputi kemampuan karyawan menangani keluhan, kesediaan karyawan membantu dan melayani pelanggan, serta sigap dan tanggap melayani pelanggan. Sedangkan atribut pemberian informasi sesuai kebutuhan konsumen digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017), Tarigan (2013), Masello (2019), Gunawan dkk (2020) dan Nugraha dkk (2015).

Atribut penelitian pada dimensi jaminan berupa barang dalam keadaan baik, jaminan penukaran produk jika terdapat kerusakan, keamanan dalam bertransaksi digunakan pada penelitian Suyitno dan Sudarso (2019), Wijaya (2017), Guterres (2020) dan Tarigan (2013). Atribut dimensi jaminan yang lain berupa kesopanan dan keramahan pegawai digunakan pada penelitian Nugraha dkk (2015), Korengkeng (2018), Masello (2019), Wijaya (2017), Guterres (2020) dan Tarigan (2013).

Atribut penelitian pada dimensi empati berupa memahami kebutuhan khusus pelanggan digunakan pada penelitian yang dilakukan Wijaya (2017), Basuki dan Kertaningtyas (2018) serta Guterres (2020). Penelitian yang dilakukan oleh Suyitno dan Sudarso (2019) serta Nagara dkk (2020) mengenai kualitas pelayanan di *coffee shop* menggunakan atribut penelitian berupa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan tidak memandang status sosial. Atribut pelayanan tanpa memandang status sosial juga digunakan pada penelitian Gunawan dkk (2020) pada pelayanan di rumah sakit dan Korengkeng (2018) pada pelayanan di Stasiun Besar Yogyakarta. Selain itu, atribut mengenai tersedianya media

penyampaian keluhan digunakan oleh Wijaya (2017), Korengkeng (2018) dan Gunawan dkk (2020).

2.1.2. Penelitian Sekarang

Penelitian saat ini dilakukan oleh Rosalina Brigita di Pet Colony. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan Pet Colony terhadap kualitas layanan jasa yang diterima. Kepuasan ini dilihat dari kesenjangan yang ada antara harapan dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan persepsi pelanggan mengenai pelayanan yang diterima. Selain itu, pada penelitian ini memberikan suatu usulan perbaikan berdasarkan atribut pelayanan jasa yang perlu untuk diperbaiki serta merancang mekanisme pengukuran kepuasan pelanggan di Pet Colony untuk dapat digunakan kalangan Pet Colony. Penelitian yang dilakukan sekarang serupa dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Wijaya (2017), Guterres (2020), Tarigan (2013) dan Masello (2019). Metode yang akan digunakan pada penelitian sekarang adalah metode *Servqual* untuk mengetahui adanya kesenjangan nilai harapan dan ekspektasi pelanggan, metode IPA untuk mengetahui atribut pelayanan jasa yang paling perlu untuk diperbaiki dan metode *fishbone diagram* untuk mengetahui penyebab permasalahan dan memberikan usulan perbaikan terhadap hasil analisis metode IPA.

2.2. Dasar Teori

Dasar teori berisi pengertian mengenai konsep pelayanan dan kualitas jasa, kepuasan pelanggan, metode *Service Quality (Servqual)*, metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan metode *fishbone diagram*. Selain itu, semua teori yang digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan pada Sub-bab 2.2.

2.2.1. Pengertian Jasa

Ada banyak pengertian jasa yang telah didefinisikan oleh para ahli. Menurut Lovelock dkk (2015) jasa merupakan sebuah sistem yang terdiri dari operasi jasa dan penyampaian jasa yang tampak di mata pelanggan maupun yang tidak tampak oleh pelanggan. Operasi jasa yang dimaksud adalah di mana ada *input* yang diberikan, kemudian diproses dan menghasilkan *output* berupa elemen produk layanan. Sedangkan penyampaian jasa adalah keadaan di mana elemen produk layanan yang sudah dihasilkan disampaikan kepada pelanggan.

Jasa merupakan perbuatan yang dapat ditawarkan kepada seseorang, yang pada umumnya perbuatan tersebut bersifat tidak berwujud secara fisik dan tidak

menghasilkan kepemilikan atas perbuatan itu. Meskipun perbuatan yang ditawarkan bersifat tidak berwujud, tetapi produk jasa dapat berdampingan dengan produk fisik dalam jasanya.

Gronroos (2016) mendefinisikan jasa sebagai proses dari rangkaian aktivitas yang tidak berwujud secara fisik (*intangible*) yang terjadi pada interaksi antar pelanggan dengan penyedia jasa atau karyawan jasa dengan menggunakan sumber daya yang ada. Proses ini menjadi solusi atas masalah yang dialami pelanggan sehingga ada nilai tambah yang diciptakan dalam interaksi yang terjadi antar keduanya. Sedangkan Normann (2001) menyatakan bahwa jasa merupakan pengalaman transaksi dan pengalaman pribadi yang berbeda-beda berdasarkan *output* jasa dan *moment of truth* berdasarkan pengalaman masing-masing dari pelanggan.

2.2.2. Karakteristik Jasa

Ada beberapa karakteristik unik yang membedakan jasa dengan barang. Menurut Kotler dan Keller (2015), ada empat karakteristik jasa yang paling banyak diacu dalam beberapa literatur terdahulu. Karakteristik jasa tersebut antara lain:

a. *Intangibility*

Jasa bersifat tidak berwujud (*intangible*) yang berarti jasa tidak dapat dilihat, didengarkan, dicicipi, disentuh, dibaui atau tidak dapat dirasakan menggunakan panca indera manusia sebelum menggunakan jasa yang ditawarkan. Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dimiliki oleh konsumen jasa. Konsumen jasa juga tidak dapat memberikan penilaian terhadap sebuah jasa sebelum menggunakan jasa tersebut.

b. *Variability*

Jasa memiliki banyak variasi mulai dari bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa yang mengkonsumsi jasa, siapa yang menyediakan jasa, di mana dan kapan jasa diproduksi. Oleh sebab itu, *output* yang dihasilkan jasa tergolong dalam *non-standardized output* yang dapat berdampak pada persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas jasa yang disediakan.

c. *Inseparability*

Jasa tidak sama dengan barang. Barang harus melewati proses produksi terlebih dahulu sebelum didistribusikan untuk dijual dan kemudian dikonsumsi, sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dalam waktu dan tempat

yang sama pada saat jasa tersebut dikonsumsi. Dalam karakteristik yang satu ini, interaksi antar penyedia jasa dengan pelanggan merupakan suatu poin penting yang sangat dibutuhkan karena jasa akan diproduksi ketika ada partisipasi pelanggan.

d. *Perishability*

Jasa bersifat tidak tahan dalam waktu yang lama, tidak dapat disimpan atau dapat hilang begitu saja. Jasa dapat dikonsumsi pada saat jasa itu diproduksi dan tidak dapat dinikmati dalam waktu yang lama. Sifat jasa ini dapat menjadi permasalahan ketika permintaan layanan jasa berfluktuasi. Menurut Etzel dkk (2005) dalam Tjiptono dan Chandra (2019) mengungkapkan bahwa ada beberapa situasi tertentu di mana jasa dapat disimpan. Jasa dapat disimpan di dalam sistem, mesin, atau gedung contohnya mesin atm yang menjadi tempat penyimpanan uang *cash* atau gedung hotel yang menjadi tempat penyimpanan kamar-kamar hotel.

2.2.3. Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa mengambil peran penting dalam penentuan strategi pemasaran bisnis perusahaan jasa. Goetsch dan Davis (2015) merumuskan perspektif *Total Quality Management* yang mendefinisikan kualitas sebagai suatu keadaan yang dinamis yang berhubungan dengan proses, lingkungan, sumber daya manusia, produk dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Kualitas jasa menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2019) merupakan ukuran atau tingkatan seberapa baik layanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan ketepatan dalam menyampaikan jasa untuk mencapai harapan pelanggan.

2.2.4. Dimensi Kualitas Jasa

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman dkk (1988) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang utama yang telah disederhanakan dari sepuluh dimensi kualitas jasa pada penelitian yang sebelumnya.

a. Reliabilitas (*reliability*)

Dimensi ini berhubungan dengan cara perusahaan menyampaikan layanan jasa kepada pelanggan sesuai kesepakatan waktu serta kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan tanpa membuat kesalahan kepada konsumen.

b. Daya tanggap (*responsiveness*)

Dimensi ini berhubungan dengan pemberian informasi jasa kepada pelanggan kemudian memberikan jasa tersebut secara cepat serta adanya kesediaan dan kemampuan dari karyawan untuk merespon dan membantu pelanggan memenuhi permintaannya.

c. Jaminan (*assurance*)

Dimensi ini berhubungan dengan perilaku dan sikap dari karyawan. Perilaku dari karyawan harus mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Karyawan perlu untuk menguasai baik pengetahuan maupun keterampilan yang dibutuhkan untuk menjawab setiap pertanyaan dari pelanggan maupun permasalahan yang dihadapi pelanggan. Sikap sopan dari karyawan juga menjadi salah satu contoh perilaku yang harus dimiliki oleh karyawan. Selain itu, jaminan juga diartikan sebagai kondisi di mana perusahaan memberikan rasa aman kepada pelanggan.

d. Empati (*emphaty*)

Dimensi ini berhubungan dengan kondisi di mana perusahaan mampu memahami permasalahan yang dihadapi pelanggan dan menyelesaikan permasalahan tersebut sesuai dengan kasusnya serta perusahaan memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengatur jam operasional perusahaan yang nyaman bagi pelanggan.

e. Bukti fisik (*tangibles*)

Dimensi ini berkaitan dengan penggunaan fasilitas secara fisik, peralatan, material, dan perlengkapan lain yang menjadi daya tarik pelanggan serta penampilan dari karyawan perusahaan.

2.2.5. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep yang utama dalam bisnis perusahaan jasa. Hornby dkk (2013) menggambarkan kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan yang dimiliki oleh pelanggan ketika kebutuhan atau keinginan pelanggan terpenuhi dan atau ketika pelanggan mendapatkan cara yang dapat diterimanya ketika sebuah keluhan atau permasalahan ditangani. Menurut Giese dan Cote (2000) dalam Tjiptono dan Chandra (2019) mengkaji 20 definisi mengenai kepuasan pelanggan. Giese dan Cote mengidentifikasi kesamaan dari definisi kepuasan pelanggan dalam 3 komponen yang utama yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan adalah sebuah respon baik secara emosional maupun kognitif.
- b. Respon dari pelanggan yang diberikan berkaitan dengan fokus tertentu. Fokus tersebut dapat berupa ekspektasi dari pelanggan, produk, pengalaman pribadi pelanggan saat mengonsumsi jasa dan sebagainya.
- c. Respon dari pelanggan terjadi pada waktu tertentu seperti setelah mengonsumsi jasa, setelah memilih jasa atau produk, berdasarkan pengalaman pribadi yang diakumulasikan dan sebagainya.

Berdasarkan komponen di atas, Giese dan Cote mendefinisikan bahwa pengertian kepuasan pelanggan sangat bergantung pada individu dan situasi yang ada. Kepuasan pelanggan merupakan gabungan respon afektif terhadap aspek-aspek konsumsi jasa maupun produk dengan intensitas yang berbeda-beda yang dialami dalam durasi tertentu.

2.2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dkk (2015) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan beberapa metode antara lain: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping* (*mystery shopping*), *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

a. Sistem keluhan dan saran

Kesempatan yang diberikan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, kritik maupun keluhan mereka perlu disediakan perusahaan yang berorientasi kepada pelanggannya. Media yang bisa digunakan ada banyak macamnya antara lain kotak saran, *websites*, media sosial maupun media lainnya. Informasi dari pelanggan ini dapat menyumbang ide kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat sigap dan tanggap untuk menyelesaikan masalah.

b. *Ghost shopping* (*mystery shopping*)

Ghost shopping atau *mystery shopping* merupakan suatu cara mendapatkan informasi tentang kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan perusahaan. Orang yang disebut *ghost shopper* ini mengamati dan menilai baik perusahaannya sendiri maupun pesaingnya dalam melayani pelanggan, menangani keluhan pelanggan dan yang berkaitan dengan pelayanan lainnya. Informasi yang didapatkan *ghost shopper* kemudian dilaporkan kepada manajer maupun pemilik perusahaan.

c. *Lost customer analysis*

Metode ini dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui alasan-alasan yang menyebabkan pelanggan berhenti membeli atau berpindah pada pemasok lainnya. Dalam metode ini juga memerhatikan *customer lost rate* yang menunjukkan ketidakmampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Survei kepuasan pelanggan dilakukan dengan bantuan beberapa media antara lain melalui pos, telepon, media sosial, *websites*, atau dengan wawancara secara langsung. Melalui survei perusahaan mendapatkan tanggapan, saran, komentar dan masukan secara langsung dari pelanggan. Melalui metode ini juga dapat menunjukkan bahwa perusahaan perhatian dengan para pelanggannya. Metode survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain *directly reported satisfaction*, *derived satisfaction*, *problem analysis*, dan *importance performance analysis*.

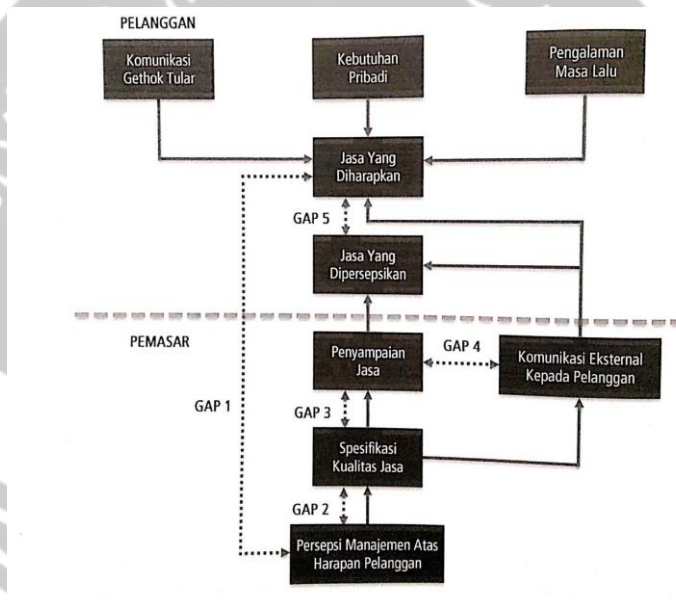
2.2.7. Metode Service Quality

Metode *service quality* atau yang sering disebut dengan metode *Servqual* menjadi metode paling populer yang digunakan sebagai acuan dalam banyak penelitian manajemen jasa. Metode *Servqual* ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Parasuraman dkk (1985) mengungkapkan mengenai adanya lima *gap* kualitas jasa yang memiliki potensi menjadi sumber masalah dari kualitas jasa yang kemudian diilustrasikan melalui Gambar 2.1. yang dirangkum oleh Zeithaml dkk (1990). Berikut ini adalah penjelasan mengenai *gap* kualitas jasa.

- a. *Gap 1: gap* antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi perusahaan. *Gap 1* atau yang dikenal *knowledge gap* ini memiliki arti bahwa pihak manajemen perusahaan kurang tepat dalam mempersepsikan ekspektasi pelanggan.
- b. *Gap 2: gap* antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa. *Gap 2* atau yang dikenal *standard gap* berarti pihak manajemen perusahaan tidak memiliki standar spesifikasi kualitas jasa yang jelas sehingga tidak ada konsistensi antara standar spesifikasi yang dimiliki dengan persepsi manajemen perusahaan terhadap harapan pelanggan.
- c. *Gap 3: gap* antara penyampaian jasa dengan spesifikasi kualitas jasa. *Gap 3* atau yang dikenal *delivery gap* berarti spesifikasi kualitas jasa yang dimiliki oleh

perusahaan tidak terpenuhi oleh kinerja karyawan atau perusahaan dalam penyampaian jasa kepada pelanggan.

- d. *Gap 4*: *gap* antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal perusahaan. *Gap 4* atau yang dikenal *communications gap* berarti penyedia jasa atau perusahaan tidak konsisten antara janji yang ditawarkan kepada pelanggan melalui pemasaran jasa dengan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
- e. *Gap 5*: *gap* antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang dipersepsikan. *Gap 5* atau yang dikenal *service gap* adalah kesenjangan yang terjadi antara persepsi jasa yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan.



Gambar 2. 1. Konsep Metode Servqual

Sumber: Zeithaml dkk (1990) dalam Tjiptono dan Chandra (2019)

Parasuraman dkk (1988) mendefinisikan kualitas jasa sebagai penilaian global dan merumuskan ke dalam persamaan yang terkenal yaitu:

$$Q = P - E \quad (2.1)$$

Persepsi (*P*) merupakan keyakinan pelanggan yang menggambarkan pelayanan jasa yang diterima sedangkan ekspektasi atau harapan (*E*) merupakan keinginan pelanggan yang harus ditawarkan oleh penyedia jasa.

Pada penilaian menggunakan metode *Servqual* didasarkan pada skala yang disusun untuk mengukur persepsi atau ekspektasi dan harapan pelanggan. Selain

itu, skala ini digunakan untuk menghitung nilai kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap lima dimensi kualitas jasa yang terdapat pada Sub-bab 2.2.4. Perhitungan skor *Servqual* dihitung pada setiap pasang pernyataan berdasarkan rumus berikut ini:

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor persepsi} - \text{Skor harapan} \quad (2.2)$$

Ada 3 alternatif perhitungan lainnya yang diajukan oleh Cronin dan Taylor (1992) dalam Tjiptono dan Chandra (2019) mengenai skor *Servqual*. Berikut adalah tiga rumus perhitungan menurut Cronin dan Taylor (1992):

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor tingkat kepentingan} \times (\text{Skor persepsi} - \text{Skor harapan}) \quad (2.3)$$

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor persepsi} \quad (2.4)$$

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor tingkat kepentingan} \times \text{Skor persepsi} \quad (2.5)$$

Instrumen metode serta hasil data perhitungan *Servqual* dapat digunakan untuk mengidentifikasi segmen pelanggan melalui ekspektasi kualitas yang berbeda, membandingkan penilaian *Servqual* perusahaan dengan perusahaan kompetitor serta mengidentifikasi setiap atribut setiap dimensi yang membutuhkan penyempurnaan kualitas jasanya.

2.2.8. Kuesioner

Kuesioner merupakan rangkaian pertanyaan tertulis yang dirumuskan terlebih dahulu sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan maupun pernyataan yang ada (Sekaran dan Bougie, 2016). Menurut Azwar (2015) peneliti perlu untuk melakukan penelitian awal (survei lapangan) sebelum menyusun sebuah kuesioner. Hal ini perlu untuk dilakukan agar peneliti memperoleh gambaran akan pertanyaan yang akan disusun sebagai kuesioner. Pada saat menyusun kuesioner, peneliti juga perlu untuk memperhatikan karakteristik calon responden, jenis pertanyaan yang akan digunakan, dan cara mengumpulkan datanya.

Ada beberapa prinsip-prinsip pertanyaan yang perlu untuk diperhatikan ketika menyusun kuesioner. Berikut adalah prinsip-prinsip pertanyaan menurut Sekaran dan Bougie (2016):

- a. Menghindari pertanyaan berlaras ganda. Dalam menyusun pertanyaan dalam kuesioner, peneliti perlu untuk menghindari adanya penyusunan dua

pertanyaan sekaligus dalam satu kalimat tanya. Hal ini akan mengakibatkan adanya jawaban yang ambigu dan membingungkan peneliti.

- b. Menghindari pertanyaan yang membingungkan. Pertanyaan yang disusun dengan kata-kata yang membingungkan akan menyebabkan responden tidak yakin dengan apa yang mereka pahami mengenai pertanyaan tersebut.
- c. Menggunakan kata-kata biasa. Pertanyaan yang disusun dalam kuesioner menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh responden. Panjang kalimatnya pun juga diperhatikan. Menurut Oppenheim (1986) dalam Sekaran dan Bougie (2016), suatu pernyataan atau pertanyaan yang disusun dalam kuesioner sebaiknya tidak lebih dari 20 kata.
- d. Menghindari pertanyaan yang bersifat mengarahkan. Pertanyaan tidak boleh disusun secara implisit sehingga mengarahkan responden agar memberikan jawaban sesuai dengan apa yang peneliti inginkan.
- e. Menggunakan pernyataan negatif dan positif. Kuesioner yang baik mengandung pernyataan yang positif dan pernyataan yang negatif. Dalam hal ini, juga perlu untuk menghindari adanya penggunaan negatif ganda seperti penggunaan kata “tidak” dan “hanya” dalam suatu pernyataan. Sebagai contoh: lebih baik mengatakan “datang bekerja lebih menyenangkan” daripada “tidak datang bekerja lebih menyenangkan daripada datang bekerja”.

2.2.9. Uji Kelayakan Kuesioner

Uji kelayakan instrumen penelitian berupa kuesioner dapat menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menghitung ketelitian alat ukur yang digunakan pada saat melakukan pengukuran. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), uji validitas memiliki fungsi untuk membuktikan kesesuaian instrumen penelitian berupa kuesioner, teknik, dan proses yang digunakan. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics*. Koefisien korelasi dihitung dengan menggunakan *pearson correlation*. Nilai validitas dicari menggunakan taraf *error* sebesar 5% sehingga jika nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), uji reliabilitas merupakan suatu uji yang digunakan sebagai indikasi stabilitas dan konsistensi sebuah instrumen penelitian. Ketika alat ukur digunakan berulang kali dan menghasilkan nilai yang stabil dan konsisten maka alat ukur tersebut dapat dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics*. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian yaitu dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (Azwar, 2015). Hasil uji dilakukan dengan cara membandingkan nilai koefisien *Cronbach Alpha* minimal 0,6. Hasil uji akan dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,6 (Sekaran dan Bougie, 2016).

2.2.10. Penyusunan Skala

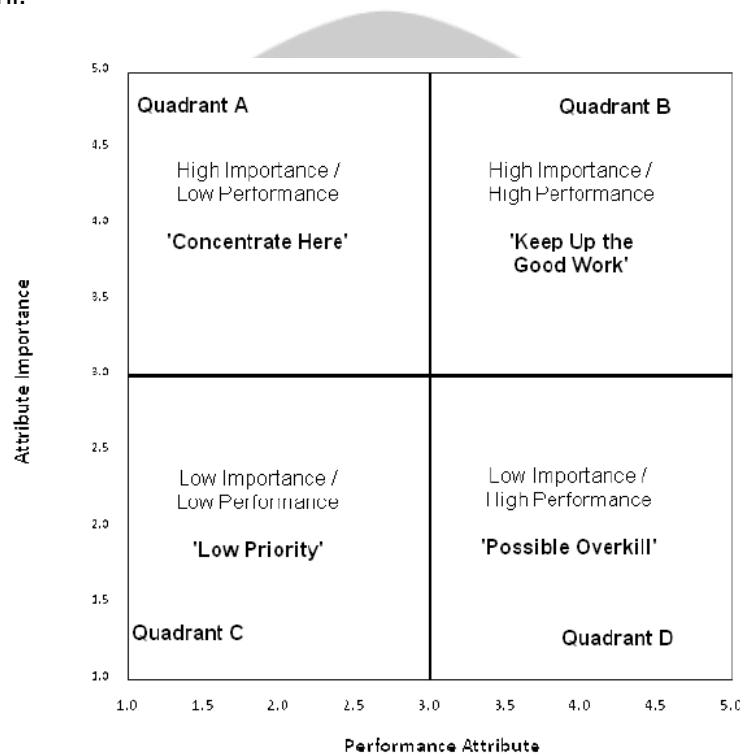
Skala merupakan suatu alat di mana individu dibedakan tentang bagaimana mereka memahami atribut penelitian yang diberikan. Skala yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu skala *Likert*. Skala *Likert* dirancang untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang mengenai pernyataan maupun pertanyaan yang diberikan peneliti. Skala *Likert* juga dapat digunakan untuk melihat seberapa kuat responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Skor penilaian skala *Likert* ini memiliki tingkatan skala dari sangat positif (sangat setuju, sangat diharapkan, sangat penting) hingga sangat negatif (sangat tidak puas, sangat tidak diharapkan, sangat tidak penting). Skala skor penilaian pada skala *Likert* sebagai berikut (Sekaran dan Bougie, 2016):

- a. Sangat setuju (skor penilaian: 5)
- b. Setuju (skor penilaian: 4)
- c. Netral (skor penilaian: 3)
- d. Tidak setuju (skor penilaian: 2)
- e. Sangat tidak setuju (skor penilaian: 1)

2.2.11. Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance-Performance Analysis* merupakan salah satu metode pengukuran kepuasan pelanggan yang termasuk di dalam kategori metode dengan menggunakan survei kepuasan pelanggan. Metode ini diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Martilla dan James (1977) dalam Tjiptono dan Chandra (2019) menjelaskan bahwa pada metode ini responden penelitian memberikan nilai tingkat kepentingan serta tingkat kinerja perusahaan terhadap

setiap atribut penelitian. Setelah didapatkan hasilnya, nilai rata-rata dari tingkat kepentingan atribut dan nilai rata-rata kinerja perusahaan, maka hasil tersebut akan dianalisis menggunakan *Importance Performance Matrix*. *Importance Performance Matrix* dapat digunakan untuk menentukan perbaikan yang diprioritaskan. Selain itu, matriks ini bisa digunakan untuk menentukan atribut mana yang perlu untuk dipertahankan dan atribut mana yang perlu untuk dikurangi prioritasnya. *Importance Performance Matrix* digambarkan pada Gambar 2.2. di bawah ini.



Gambar 2. 2. Importance Performance Matrix

Sumber: Martilla dan James (1977) dalam Tjiptono dan Chandra (2019)

Menurut Martilla dan James (1997) dalam Algifari (2019) *Importance Performance Matrix* memiliki 4 kuadran yang berbeda-beda. Perbedaan kuadran ini ditampilkan melalui derajat kartesius yang digambarkan dalam sebuah grafis. Berikut akan dijelaskan masing-masing kuadran yang terdapat pada *Importance Performance Matrix*.

a. Kuadran A: *Concencrate Here* (Prioritas Utama)

Kuadran A merupakan bagian di mana atribut dianggap penting oleh pelanggan namun kinerja yang dimiliki perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan

pelanggan. Atribut-atribut yang berada disini menjadi atribut prioritas yang paling utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya oleh perusahaan.

b. Kuadran B: *Keep Up The Good Work* (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B merupakan bagian di mana atribut penelitian dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan memiliki kinerja yang baik terhadap atribut tersebut sehingga memenuhi harapan pelanggan. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran B perlu dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan dikarenakan sudah memiliki kinerja yang baik dari perusahaan.

c. Kuadran C: *Low Priority* (Prioritas Rendah)

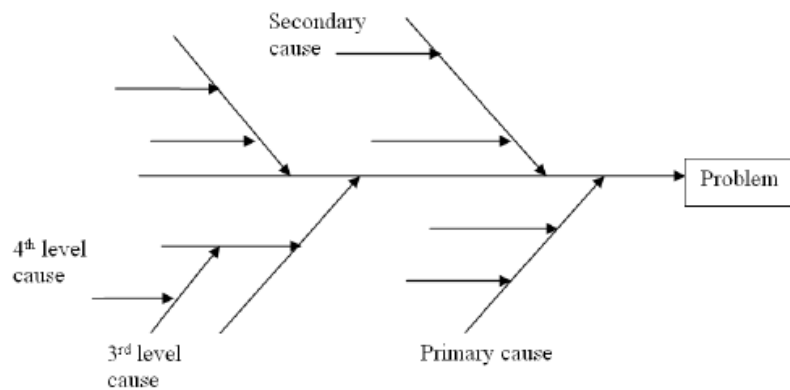
Kuadran C merupakan bagian di mana atribut-atribut dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan sekaligus kinerja yang dimiliki perusahaan terhadap atribut penelitian di kuadran ini juga rendah. Meskipun atribut pada bagian ini perlu untuk ditingkatkan kualitasnya namun atribut pada kuadran C tidak menjadi prioritas atribut yang perlu untuk diperhatikan dan diperbaiki oleh perusahaan.

d. Kuadran D: *Possible Overkill* (Berlebihan)

Kuadran D merupakan bagian di mana atribut-atribut dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan namun kinerja perusahaan terhadap atribut tersebut terlalu tinggi. Maka dari itu, perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja atribut yang memerlukan perbaikan

2.2.12. Fishbone Diagram

Diagram tulang ikan (*fishbone diagram*) dikembangkan sejak tahun 1943 oleh Dr. Kaoru Ishikawa. Menurut Bilsel dan Lin (2012), *fishbone diagram* berbentuk seperti tulang ikan dengan bagian-bagiannya yaitu kepala, sirip, tulang ikan hingga cabang tulang-tulang ikan. *Fishbone diagram* yang juga dikenal Ishikawa diagram dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi akar masalah dan faktor-faktor penyebab yang menimbulkan suatu permasalahan dalam bentuk grafis. Selain itu, *fishbone diagram* juga dapat digunakan dalam memberikan usulan perbaikan untuk memecahkan suatu permasalahan. Bentuk dari *fishbone diagram* dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2. 3. Fishbone Diagram

Sumber: Bilsel dan Lin (2012)

Dalam menyusun *fishbone diagram*, terdapat beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan. Berikut adalah langkah-langkah penyusunan *fishbone diagram* menurut Scarvada dkk (2004).

- a. Menentukan permasalahan utama yang akan diidentifikasi penyebabnya. Dalam *fishbone diagram*, permasalahan utama ini digambarkan di sebelah kanan mewakili kepala ikan. Setelah itu, diberikan garis horizontal dengan tanda panah menuju permasalahan utama tersebut.
- b. Mengidentifikasi kategori utama penyebab masalah. Kategori penyebab masalah ini menjadi sirip ikan yang ditempatkan secara diagonal dari garis horizontal. Kategori utama ini dapat dirumuskan melalui proses *brainstorming*. Ada beberapa kategori utama yang dapat digunakan dalam penyusunan fishbone diagram. Kategori 5M 2E antara lain *man*, *machine*, *material*, *method*, *money*, *environment*, dan *energy*. Kategori 5M 2E biasa digunakan dalam industri manufaktur maupun jasa. Kategori 8P antara lain *people*, *process*, *physical evidence*, *price*, *promotion*, *productivity & quality*, *place*, dan *product*. Kategori 8M ini digunakan pada fokus industri jasa. Selain itu juga ada kategori 5S yang terdiri dari *surroundings*, *skills*, *systems*, *safety*, dan *suppliers* yang juga digunakan dalam industri jasa.
- c. Menentukan penyebab sekunder dari setiap kategori utama yang ditentukan. Penentuan penyebab ini dapat dilakukan dengan *brainstorming*. Penyebab sekunder menjadi tulang-tulang ikan pada garis horizontal yang sudah disusun,

kemudian jika ada penyebab tersier maka akan menjadi cabang dari tulang-tulang ikan penyebab sekunder.

- d. Mengembangkan pertanyaan sehingga ditemukan dan disepakati sebab-akibat dari setiap permasalahan. Pengembangan pertanyaan dapat menggunakan konsep *five whys* hingga pertanyaan tersebut tidak dapat dijawab lagi. Jika sudah tidak ditemukan pertanyaan lagi maka, jawaban terakhir yang menjadi akar masalah.



BAB 3

METODE PENELITIAN

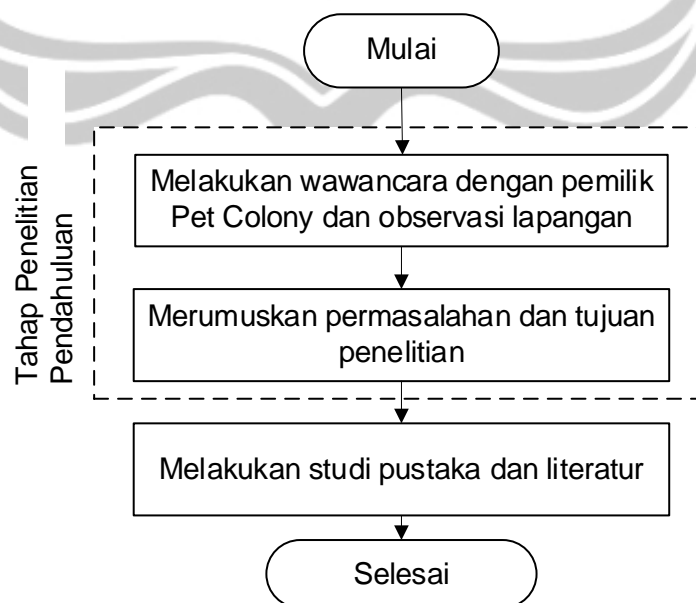
Pada Bab 3 ini berisi penjelasan sistematis mengenai tahapan-tahapan yang diselesaikan untuk mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan utama yang akan dilakukan antara lain tahap penelitian pendahuluan dan studi pustaka, tahap perancangan kuesioner dan pengumpulan data, tahap pengolahan data serta tahap perancangan pengukuran kepuasan pelanggan.

3.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan dibagi menjadi beberapa tahapan yang utama. Berikut ini merupakan penjelasan dari setiap bagian tahapan penelitian yang dilakukan guna mencapai tujuan penelitian serta dilengkapi dengan diagram alir dari setiap bagian tahapan penelitian.

a. Tahap penelitian pendahuluan dan studi pustaka

Tahap penelitian pendahuluan menjadi langkah awal untuk menentukan objek penelitian dan juga memahami gambaran sistem perusahaan. Diagram alir yang menggambarkan tahap penelitian pendahuluan dan studi pustaka dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3. 1. Diagram Alir Tahap Penelitian Pendahuluan dan Studi Pustaka

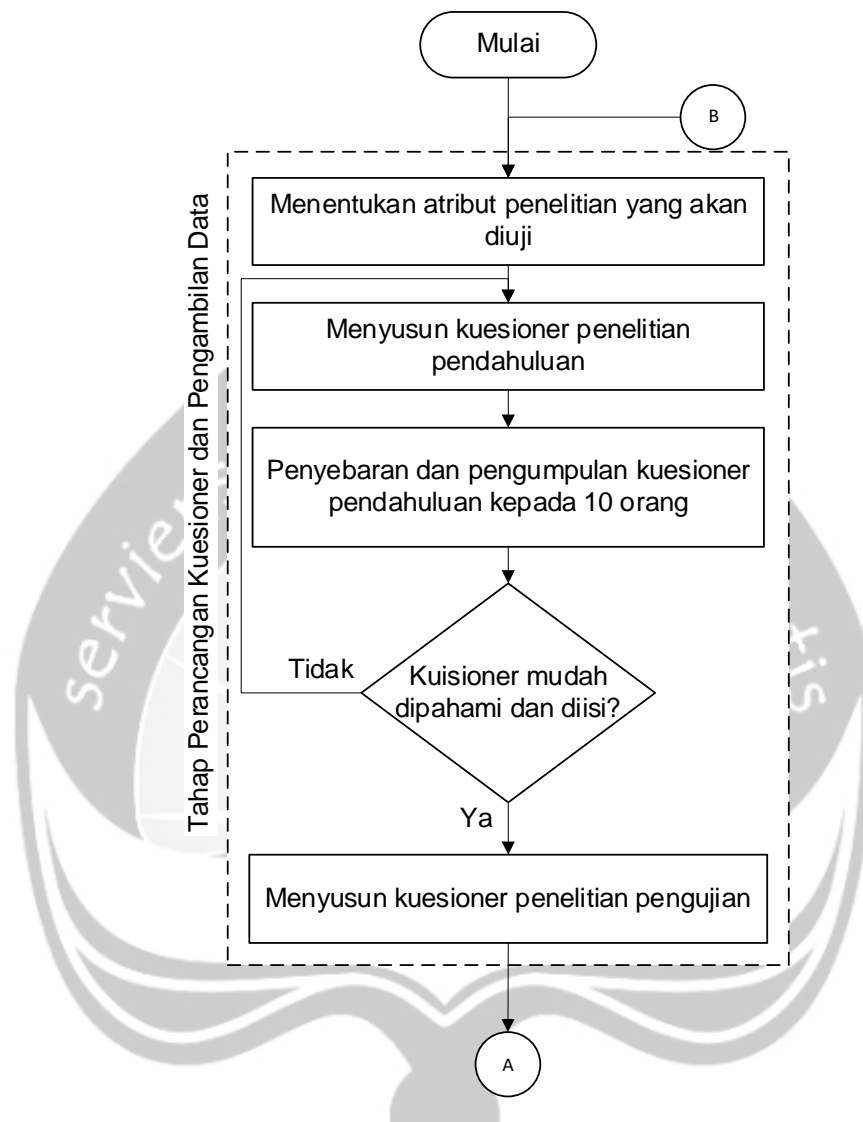
Seperti pada Gambar 3.1., tahapan pendahuluan dimulai dengan wawancara secara langsung dan observasi lapangan dengan pemilik Pet Colony. Observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di perusahaan. Identifikasi permasalahan juga dilakukan melalui pengumpulan data awal di *Google Review* di mana teridentifikasi masalah berupa adanya rasa kurang dan atau tidak puas terhadap pelayanan Pet Colony yang dituangkan dalam bentuk komentar negatif dan penilaian *rating* bintang yang tidak maksimal. Kemudian langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian. Adanya komentar negatif dari pelanggan di *Google Review* menggambarkan bahwa terjadi kesenjangan antara harapan atau ekspektasi konsumen dengan kondisi pelayanan saat ini di Pet Colony. Maka dari itu untuk menyelesaikan permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas setiap pelayanan jasa yang ditawarkan di Pet Colony dengan mengukur kesenjangan antara nilai harapan atau nilai ekspektasi dengan nilai persepsi aktual dari pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui atribut pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki, mengetahui penyebab dari rasa tidak puas pelanggan terhadap atribut pelayanan yang perlu diperbaiki dan kemudian memberikan usulan perbaikan terhadap atribut pelayanan yang perlu untuk diperbaiki. Tujuan lain dari penelitian ini yaitu untuk memberikan perbaikan jangka panjang kualitas pelayanan jasa Pet Colony berupa mekanisme pengukuran kepuasan pelanggan Pet Colony.

Tahap studi literatur dan tinjauan pustaka yang dilakukan pada penelitian ini merupakan langkah yang dilakukan setelah merumuskan permasalahan dan tujuan penelitian. Studi literatur dan tinjauan pustaka yang dilakukan berkaitan dengan metode pengukuran kepuasan pelanggan, metode *Servqual*, metode IPA, metode *fishbone diagram*, dan hal-hal lainnya mengenai kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan.

b. Tahap perancangan kuesioner dan pengambilan data

Tahap perancangan kuesioner dan pengambilan data dilakukan setelah tahap studi literatur dan pustaka selesai dilakukan. Tahap perancangan kuesioner ini merupakan langkah awal untuk mempersiapkan tahap pengambilan data dalam penelitian. Data yang akan diambil berupa skor nilai tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan jasa di Pet Colony, skor nilai harapan atau ekspektasi pelanggan

terhadap setiap atribut pelayanan jasa dan skor nilai kondisi saat ini atau persepsi aktual pelanggan terhadap setiap atribut pelayanan jasa di Pet Colony.

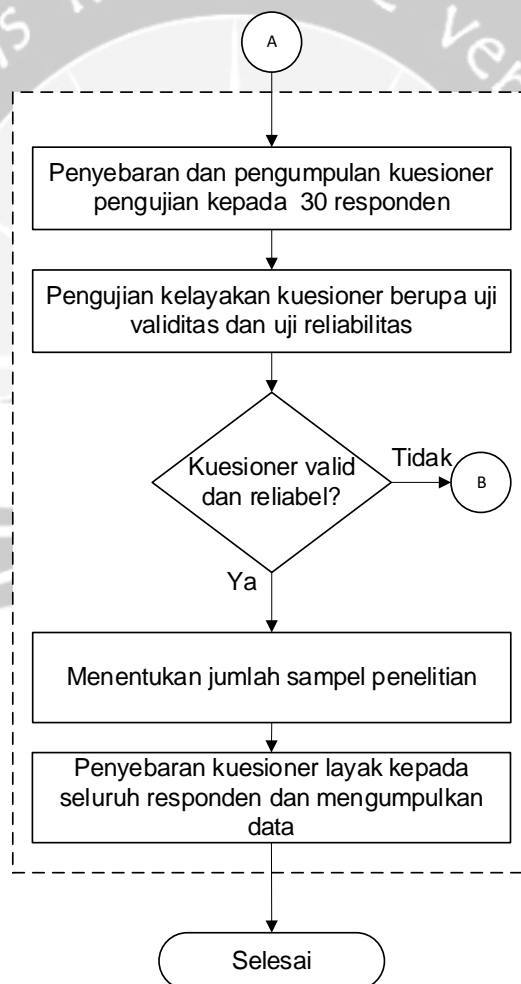


Gambar 3. 2.Tahap Perancangan Kuesioner dan Pengambilan Data

Langkah pertama yang perlu untuk dilakukan dalam tahap perancangan kuesioner adalah menentukan atribut mengenai pelayanan jasa baik *petshop*, *grooming* dan *pet hotel*. Atribut penelitian tersebut nantinya akan dirumuskan menjadi beberapa butir pernyataan di dalam kuesioner di mana responden nantinya akan memberikan penilaian terhadap atribut tersebut. Penentuan atribut penelitian ini didasari pada beberapa sumber penelitian terdahulu yang memiliki topik penelitian serupa serta diskusi dengan pemilik Pet Colony secara langsung. Selanjutnya kuesioner akan disusun dengan menggunakan skala penilaian *Likert* sehingga

didapatkan penilaian tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat persepsi aktual dari responden.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah disusun tadi akan dilakukan pengujian awal mengenai pemahaman responden terhadap setiap pernyataan atribut pelayanan jasa serta pengujian kemudahan responden untuk nantinya memberikan skor penilaian terhadap setiap pernyataan atribut pelayanan jasa yang diberikan. Selain itu, responden perlu untuk memberikan saran terbuka terhadap atribut pelayanan yang dirasa kurang paham dan kurang mudah untuk diberikan penilaian. Pengujian awal ini dilakukan kepada 10 orang yang memahami mengenai dunia hewan peliharaan seperti *petshop*, *grooming* dan penitipan hewan.



Gambar 3.2. Lanjutan

Seperti pada diagram alir Gambar 3.2. ketika pengujian kemudahan mengisi kuesioner dan pemahaman tata bahasa selesai dilakukan, maka akan dilanjutkan dengan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang telah diperbaharui berdasarkan hasil pengujian awal. Kuesioner akan disebarakan kepada 30 responden untuk setiap jenis pelayanan yang ada dan dilakukan pengumpulan data. Data dari hasil kuesioner ini akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*.

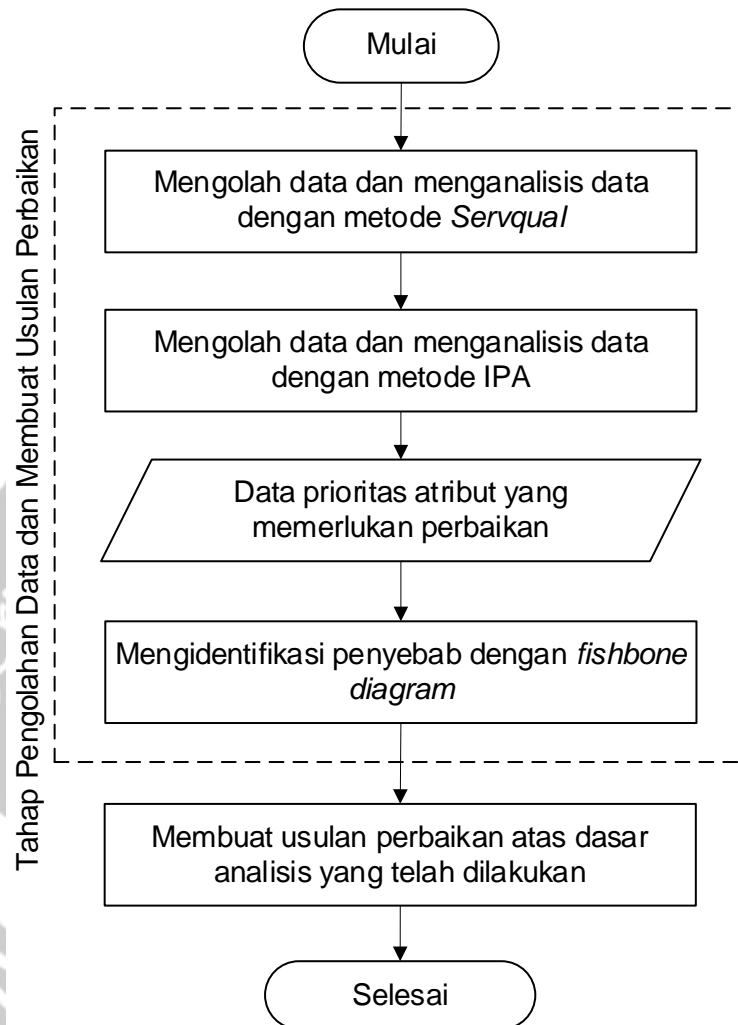
Tahap pengambilan dan pengumpulan data akan dilakukan ketika kuesioner uji dinyatakan layak apabila valid dan reliabel. Kuesioner akan disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang ditetapkan. Konsumen, pengunjung, dan atau pelanggan Pet Colony akan menjadi responden penelitian. Selain itu, peserta *event* anjing dan kucing pada *animal event* terjadwal di kota Yogyakarta yang disponsori oleh Pet Colony juga akan menjadi responden penelitian ini. Pengambilan data ini akan dilakukan setiap hari dari hari Senin hingga Minggu di Pet Colony dan atau hari Minggu jika ada *animal event*.

Pada tahap pengambilan dan pengumpulan data ada beberapa alat dan bahan yang digunakan sebagai fasilitas penunjang berjalannya pengumpulan data. Kertas lembar kuesioner dan pulpen digunakan sebagai fasilitas untuk responden mengisikan data pada penelitian ini. Kamera *handphone* juga digunakan untuk mengambil gambar kondisi perusahaan, foto bersama dengan pemilik perusahaan dan karyawan, serta mengambil bukti penyebaran dan pengisian kuesioner.

c. Tahap pengolahan data

Tahap pengolahan data pada penelitian ini terdiri atas beberapa sub tahapan seperti yang digambarkan pada Gambar 3.3. Sub tahapan pada penelitian ini dilakukan berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Data yang akan diolah berasal dari hasil kuesioner yang sudah diisi responden dan dikumpulkan pada tahap sebelumnya. Pada langkah pertama data akan diolah menggunakan metode *Servqual*. Pengolahan data dengan metode *Servqual* ini akan menghasilkan nilai *gap* dari setiap atribut pelayanan yang diteliti. Selanjutnya, data akan diolah kembali menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mendapatkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki oleh perusahaan. *Output* tersebut akan digunakan untuk melanjutkan langkah yang terakhir yaitu mengidentifikasi penyebab-penyebab atribut pelayanan tersebut

mendapatkan nilai *gap* yang sangat besar serta memberikan usulan perbaikan dengan menggunakan metode *fishbone diagram*.



Gambar 3. 3. Tahap Pengolahan Data

i. Tahapan pengolahan data menggunakan metode *Servqual*

Pengolahan data menggunakan metode *Servqual* dilakukan dengan cara menghitung nilai selisih antara skor nilai harapan dan skor nilai persepsi aktual dari data kuesioner yang telah diisi responden. Perhitungan tersebut akan menghasilkan nilai *gap* atribut pelayanan di Pet Colony.

ii. Tahapan pengolahan data menggunakan metode IPA

Pengolahan data pada tahap ini menggunakan data persepsi responden dan tingkat kepentingan responden. Data yang ada diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25.0* untuk menyusun *Importance Performance Matrix*. *Importance*

Performance Matrix ini digambarkan dalam diagram kartesius dimana sumbu x menggambarkan nilai persepsi saat ini dan sumbu y menggambarkan tingkat kepentingan setiap atribut layanan jasa yang ditawarkan Pet Colony menurut responden. Pengolahan data pada tahap ini menghasilkan atribut pelayanan yang akan menjadi prioritas perbaikan di Pet Colony yang digambarkan melalui *Importance Performance Matrix* dan dikelompokkan dalam 4 kuadran yang berbeda.

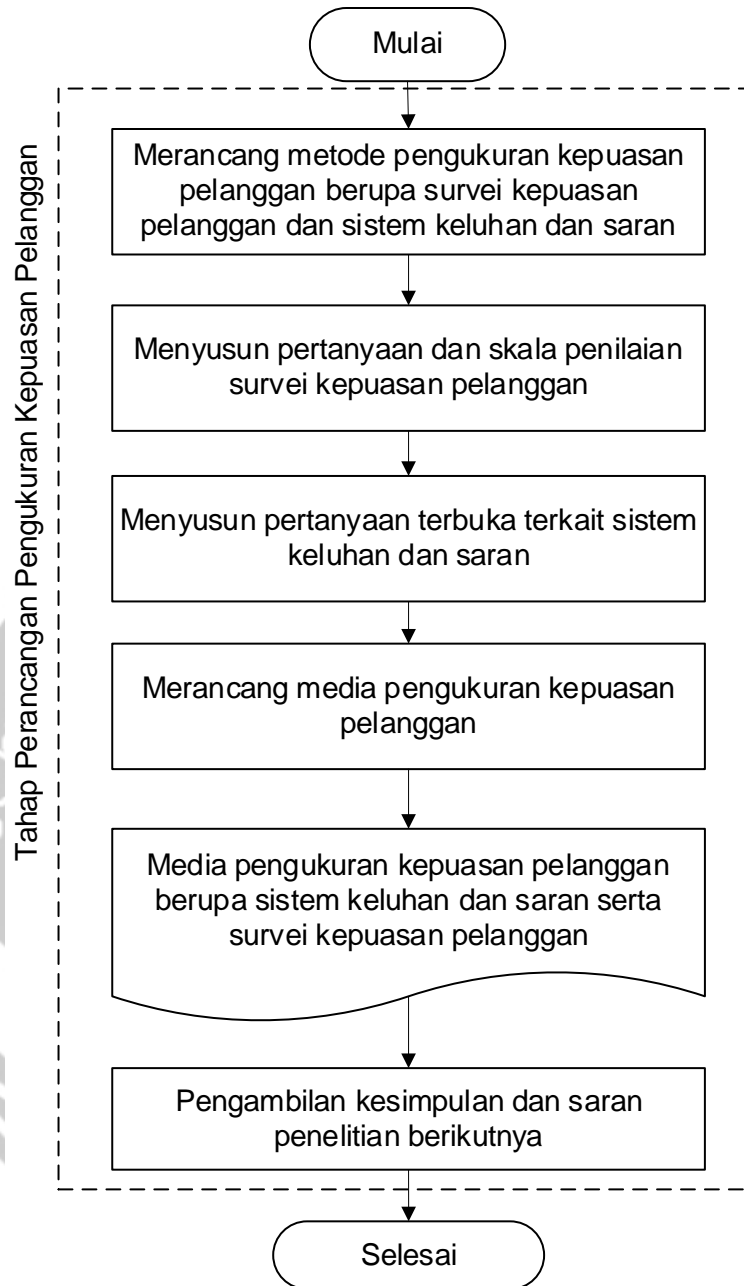
iii. Tahapan analisis data menggunakan metode *Fishbone Diagram*

Data yang digunakan pada tahapan ini berupa atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan yang didapatkan dari *Importance Performance Matrix* yang berada pada kuadran A. Atribut pelayanan tersebut akan dianalisis penyebabnya dengan menjabarkan konsep-konsep dimensi kualitas jasa dan pelayanan jasa. Analisis penyebab atribut pelayanan yang mendapatkan nilai *gap* paling besar dengan melakukan pengembangan pertanyaan yang menggunakan konsep *five whys* hingga pertanyaan tersebut tidak dapat dijawab lagi.

Setelah tahapan analisis data dilakukan, maka merumuskan usulan perbaikan berdasarkan hasil diskusi dengan semua *stakeholder* Pet Colony baik pemilik Pet Colony, pelanggan dan juga karyawan Pet Colony. Usulan perbaikan ini dirumuskan mengikuti kondisi pandemi dan juga kondisi Pet Colony saat ini. Usulan perbaikan yang sudah dirumuskan selanjutnya diberikan kepada Pet Colony sehingga dapat diimplementasikan dengan segera.

d. Tahap perancangan pengukuran kepuasan pelanggan

Gambar 3.4. menggambarkan tahapan perancangan pengukuran kepuasan pelanggan. Tahapan ini merupakan salah satu implementasi usulan perbaikan yang dilakukan di Pet Colony yaitu adanya mengenai media keluhan dan masukan bagi pelanggan. Pada tahapan perancangan pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan penyusunan pertanyaan yang akan digunakan untuk survei kepuasan pelanggan Pet Colony secara mudah. Selain itu, disusun juga pertanyaan terbuka mengenai keluhan dan saran pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Pet Colony. Penyusunan pertanyaan ini merupakan hasil diskusi dengan pemilik Pet Colony. Selanjutnya semua pertanyaan tersebut akan disusun ke dalam kuesioner survei sederhana. Tahap terakhir pada metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pengambilan kesimpulan penelitian dan pemberian saran untuk penelitian berikutnya.



Gambar 3. 4. Tahap Perancangan Pengukuran Kepuasan Pelanggan

BAB 4

PROFIL PERUSAHAAN

Pet Colony merupakan sebuah usaha pelayanan di bidang hewan peliharaan berupa *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel*. Pet Colony berlokasi di Jalan Padma No 21, Panggung Sari, Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Pet Colony ini merupakan usaha *pet shop* yang didirikan oleh Christian Hansen Kartjito pada bulan November 2017. Pet Colony merupakan anak usaha dari *The Best Aquarium and pet supply* yang berada di Jalan AM Sangaji No 33 Yogyakarta. *Pet shop* di Pet Colony menyediakan berbagai macam kebutuhan hewan peliharaan seperti kucing dan anjing mulai dari makanan, vitamin, peralatan, obat-obatan, dan asesoris. Berbagai merk makanan hewan tersedia di Pet Colony seperti Royal Canin, Pedigree, Sheba, Happy Cat, Happy Dog, Jerhigh, Whiskas, Prama, Proplan dan lainnya.

Selain *pet shop*, Pet Colony juga menyediakan pelayanan perawatan *grooming* hingga *hair styling* bagi hewan yang memiliki rambut lebat. Berikut ini ada berbagai jenis perawatan yang ditawarkan untuk pelayanan *grooming* di Pet Colony.

- a. Mandi *basic*. Perawatan jenis ini mendapatkan penanganan mandi dengan 2 kali pemberian *shampoo*, potong kuku, hingga pembersihan telinga.
- b. Mandi kutu atau jamur. Perawatan jenis ini mendapatkan penanganan mandi *basic* ditambah dengan pemberian *shampoo* anti kutu atau anti jamur. Pada pilihan ini juga sudah termasuk potong kuku dan pembersihan telinga.
- c. Mandi lengkap. Perawatan jenis ini memberikan pelayanan berupa mandi *basic* ditambah dengan *shampoo* anti kutu dan anti jamur, pemotongan kuku dan pembersihan telinga.
- d. Gundul dan mandi *basic*. Pada perawatan ini memberikan penanganan bagi hewan yang biasanya memiliki bulu yang sudah gimbal sehingga membutuhkan penanganan khusus untuk dihabiskan seluruh rambut di badan hewan tersebut.
- e. *Styling* dan mandi *basic*. Pada perawatan ini memberikan pelayanan pada hewan yang memiliki rambut, hewan *show*, atau sekedar ingin merias hewan peliharaan. Pada umumnya hewan yang paling sering mendapatkan

perawatan *styling* di Pet Colony adalah jenis *poodle*, *pomerania*, *shih-tzu*, *maltese*, *border collie*, *yorkshire*, *samoyed*, dan *bichon*.

- f. *Trimming* dan mandi *basic*. Pada perawatan ini memberikan penanganan pada hewan berupa mandi *basic* dan merapikan rambut hewan menjadi lebih rata daripada sebelumnya. Perawatan jenis ini sudah dilengkapi dengan penanganan potong kuku dan pembersihan telinga.
- g. Potong kuku tanpa mandi. Pada perawatan ini memberikan penanganan untuk memotong kuku hewan tanpa penanganan apapun lainnya.

Pet hotel atau yang biasa dikenal dengan istilah *boarding* juga ditawarkan dalam pelayanan jasa di Pet Colony. Fasilitas yang ditawarkan pun beragam mulai dari kamar *outdoor*, *indoor*, dan *indoor AC*. Ada 3 halaman *playground* yang disediakan Pet Colony untuk tempat bermain hewan peliharaan ketika hewan peliharaan dalam proses *boarding* Pet Colony. Pengunjung *pet shop* yang membawa hewan peliharaannya juga diperbolehkan untuk sekedar bermain di *playground* Pet Colony.

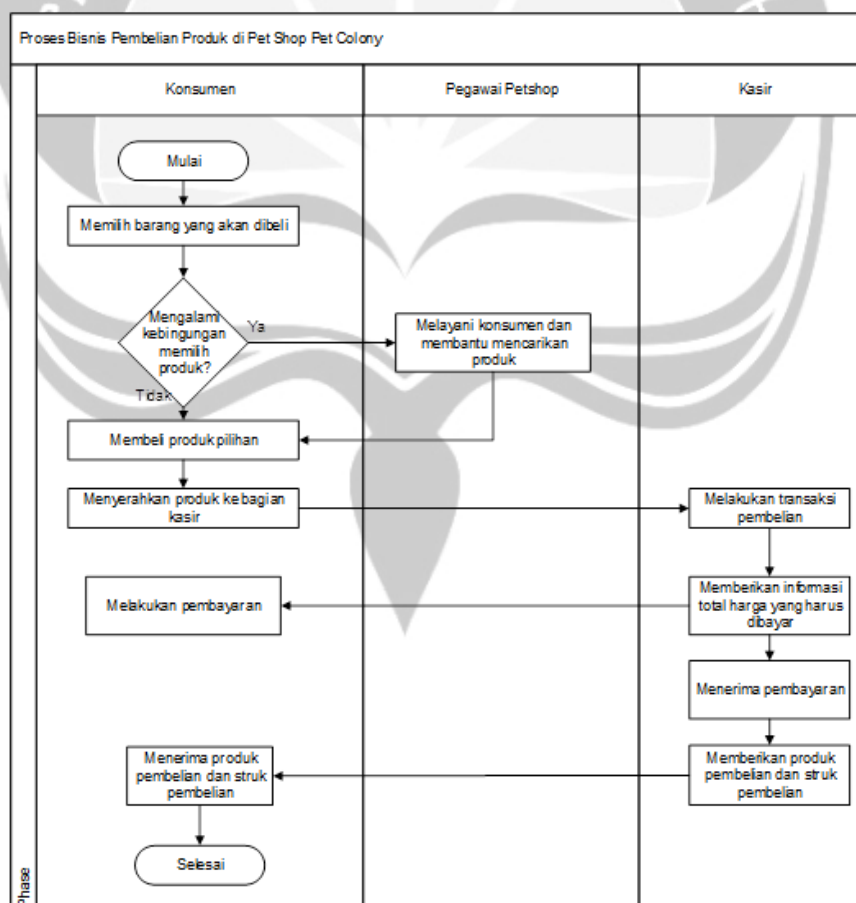
Berbagai fasilitas dan pelayanan jasa yang ditawarkan, Pet Colony memiliki jam operasional mulai pukul 09.00 hingga pukul 18.00 WIB. Pet Colony beroperasi setiap hari kecuali Hari Raya Idul Fitri dalam 1 tahun. Lokasi dan foto pintu tampak depan Pet Colony dapat dilihat pada Gambar 4.1 dan Gambar 4.2.



Gambar 4. 1. Denah Pet Colony dari Google Maps



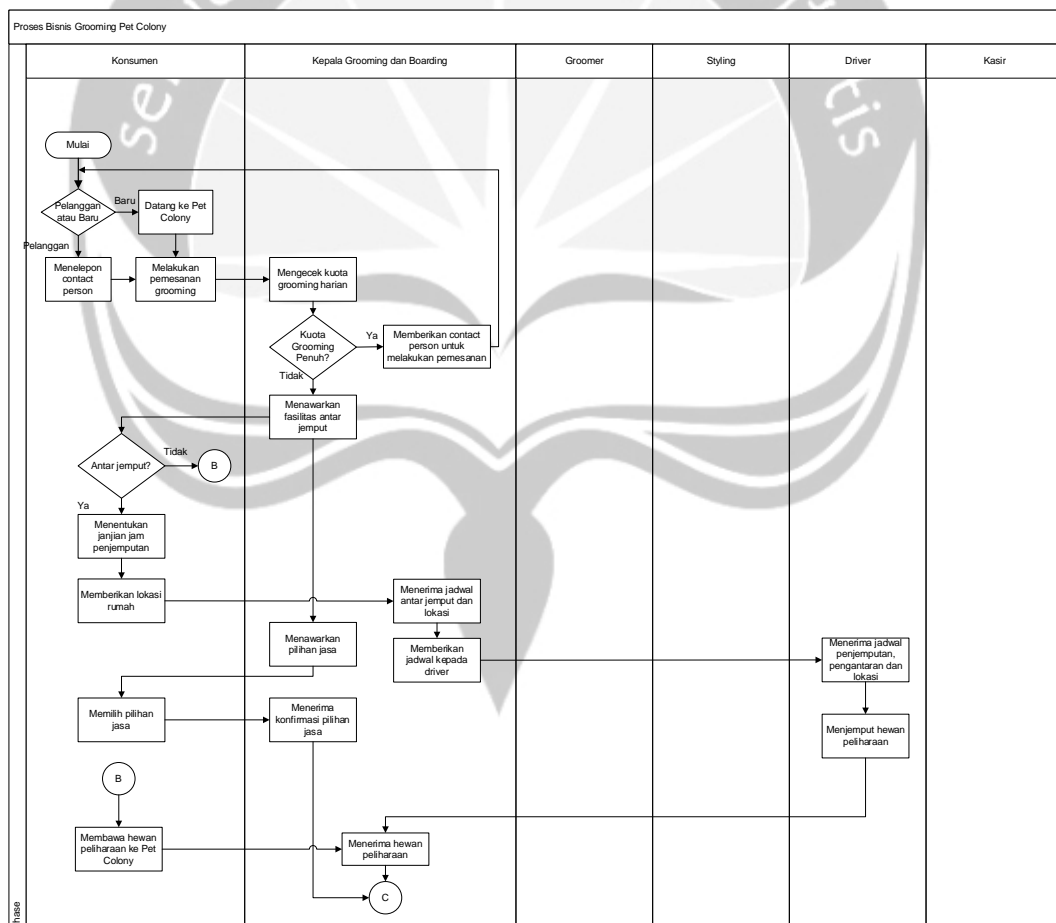
Gambar 4. 2. Tampak Pintu Depan Pet Colony



Gambar 4. 3. Proses Bisnis Pembelian Produk di Pet Colony

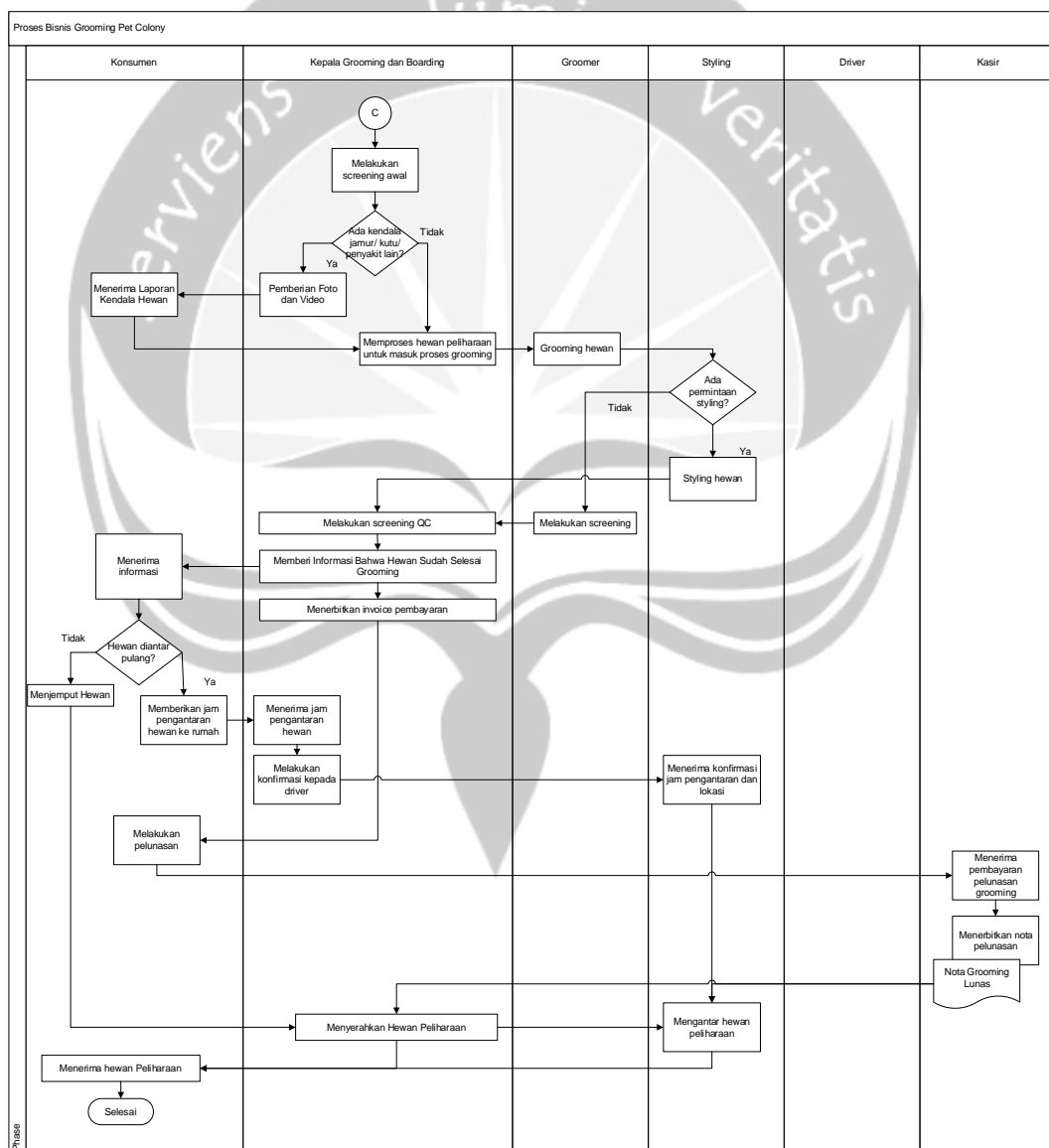
Proses bisnis pembelian produk di *pet shop* Pet Colony ditunjukkan pada Gambar 4.3. Dari diagram proses bisnis dapat dilihat bahwa konsumen bebas memilih produk yang diinginkan pada saat datang ke *pet shop*. Ketika konsumen mengalami kebingungan, maka karyawan toko akan membantu konsumen untuk mencari produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Setelah konsumen mendapatkan produk yang diinginkan, maka transaksi pembelian dapat dilakukan di kasir sehingga konsumen dapat memiliki produk pilihan setelah melakukan pelunasan di kasir dan mendapatkan nota pembelian.

Proses bisnis pelayanan *grooming* Pet Colony ditunjukkan pada Gambar 4.4. Dapat dilihat bahwa setiap konsumen yang ingin melakukan *grooming* dihimbau untuk melakukan pemesanan terlebih dahulu agar tidak kehabisan kuota *grooming*. Bagi konsumen yang belum memiliki nomor admin *grooming* maka akan diberikan pada saat konsumen baru datang ke Pet Colony.



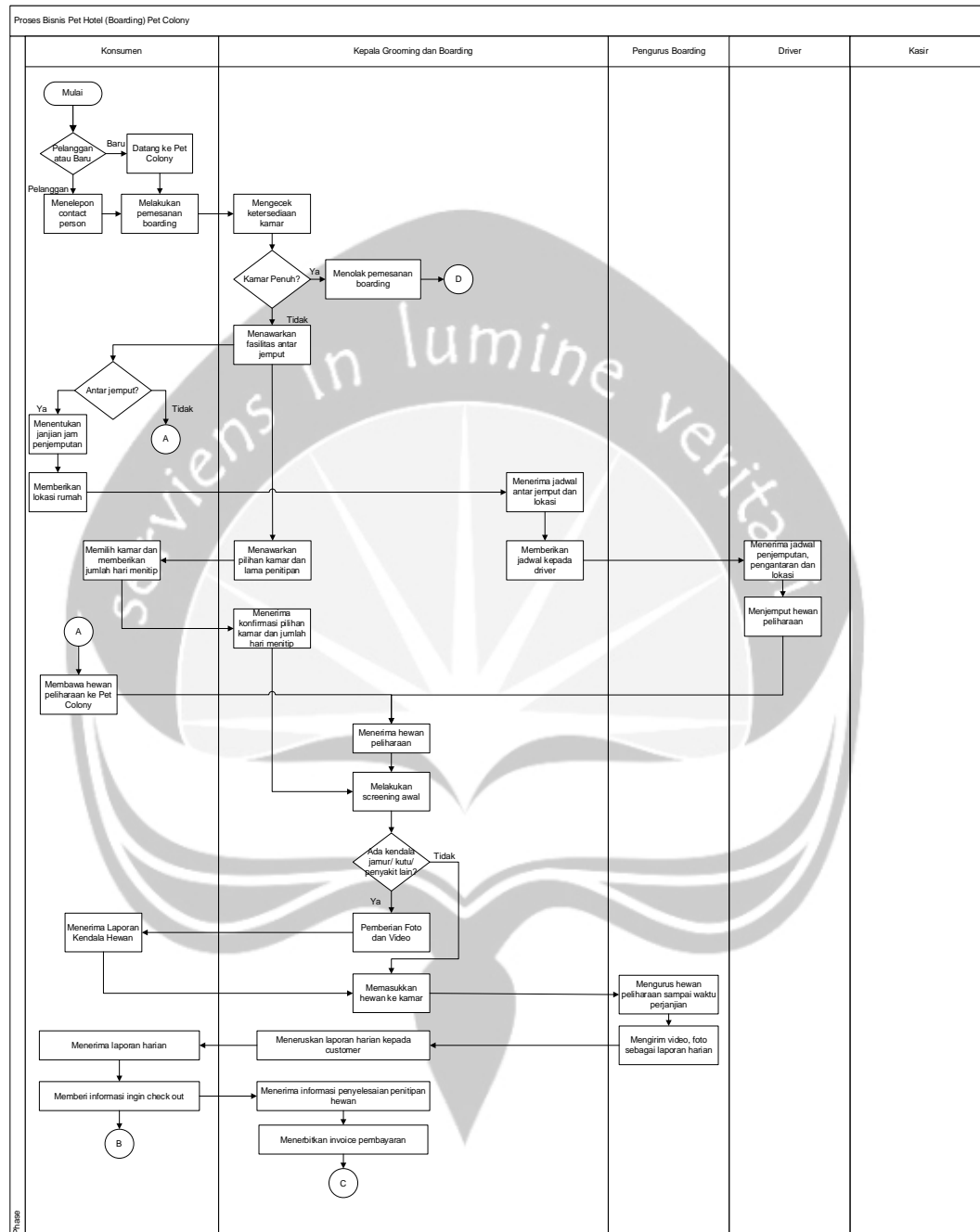
Gambar 4. 4. Proses Bisnis Pelayanan *Grooming* Pet Colony

Pada saat konsumen ingin melakukan pemesanan *grooming*, konsumen juga ditawarkan berbagai fasilitas pelayanan yang tersedia seperti jasa antar jemput, pilihan jasa *grooming* dan penawaran *styling* hewan. Proses *grooming* akan diproses sesuai dengan pesanan yang diminta oleh konsumen. Ketika proses *grooming* sudah selesai, maka admin atau kepala *grooming* akan mengkonfirmasi kepada konsumen bahwa proses *grooming* telah selesai dilakukan dan nota akan diterbitkan oleh kepala *grooming*. Hewan peliharaan konsumen boleh diambil kembali ketika proses pelunasan sudah selesai dilakukan. Konsumen dapat melakukan pelunasan dengan pembayaran transfer (*cashless*) ke nomor rekening yang diberikan oleh admin. Proses ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

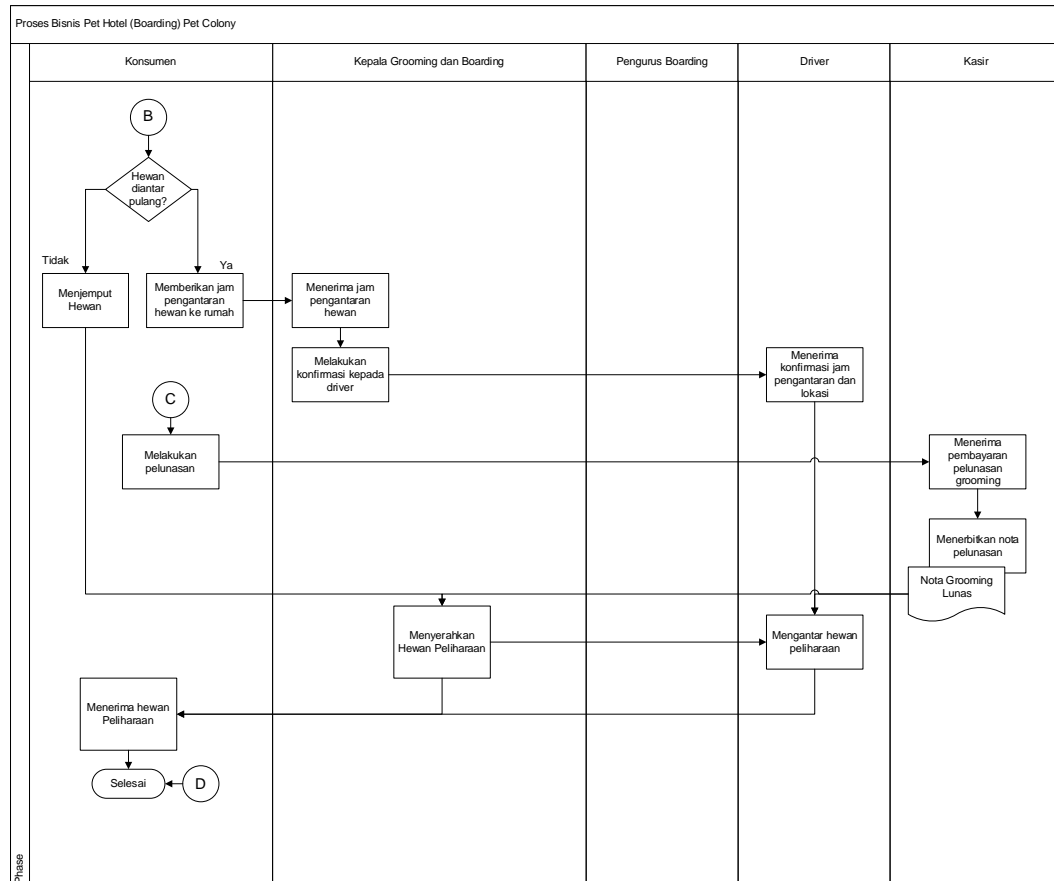


Gambar 4.4. Lanjutan

Pada pelayanan *boarding* atau *pet hotel*, memiliki proses bisnis yang tidak jauh berbeda dengan proses bisnis pelayanan *grooming*. Proses bisnis pelayanan *pet hotel* dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Gambar 4. 5. Proses Bisnis Pelayanan *Pet Hotel* Pet Colony



Gambar 4.5. Lanjutan

Dapat dilihat dari proses bisnis pelayanan *pet hotel* bahwa laporan harian menjadi hal yang paling utama untuk dilakukan karyawan agar menjaga kepercayaan konsumen dalam menitipkan hewan peliharaannya di Pet Colony. Berbeda dengan pelayanan *grooming*, jika kapasitas kamar penuh maka tidak ada pilihan lain selain menolak permintaan konsumen untuk menitipkan hewannya di Pet Colony. Sedangkan pada pelayanan *grooming*, ketika kuota *grooming* harian penuh maka konsumen akan ditawarkan untuk melakukan pemesanan proses *grooming* untuk hari berikutnya.

BAB 5

PENGEMBANGAN INSTRUMEN PENELITIAN DAN DATA

Ada 2 macam data yang digunakan pada penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik Pet Colony, hasil kuesioner yang disebarakan secara *offline* dan hasil penelusuran wawancara singkat dengan beberapa responden secara *offline* maupun *online*. Kuesioner yang digunakan disesuaikan dengan jenis pelayanan yang ada di Pet Colony yaitu kuesioner *pet shop* untuk responden *pet shop*, kuesioner *grooming* untuk responden *grooming*, dan kuesioner *pet hotel* untuk responden *pet hotel*. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini berasal dari tinjauan pustaka dan berbagai literatur seperti internet, jurnal penelitian terdahulu dan buku.

5.1. Penentuan Atribut Pelayanan

Penentuan atribut pelayanan jasa di Pet Colony terbagi menjadi 3 bagian yaitu penentuan atribut pelayanan *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel*. Dalam penentuan atribut pelayanan jasa, langkah pertama yang penting untuk dilakukan adalah menentukan dimensi kualitas pelayanan jasa yang akan digunakan untuk meneliti. Dimensi kualitas pelayanan jasa yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan yang telah disederhanakan oleh Parasuraman dkk (1988) antara lain bukti fisik (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Kemudian, penentuan atribut pada setiap dimensi yang digunakan melalui identifikasi atribut pelayanan jasa dari berbagai sumber. Sumber yang digunakan berasal dari penelitian sebelumnya tentang kualitas pelayanan jasa di *pet shop*, wawancara dengan pemilik Pet Colony dan hasil pengumpulan data awal dari keluhan yang terdapat di *Google Review*. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber untuk mengidentifikasi setiap atribut pelayanan antara lain Masello (2019) tentang analisis kualitas pelayanan pasar hewan di 3 toko di kota Rio de Janeiro, Tarigan (2013) yang membahas mengenai analisis *gap* di Jangki *Pet shop* di kota Depok, Parasuraman dkk (1994) yang menjabarkan atribut pelayanan pada 5 dimensi kualitas jasa pada buku Tjiptono dan Chandra (2019), Wijaya (2017) yang membahas usulan perbaikan layanan di Royal *pet shop and care*, dan Gutierrez (2020) tentang peningkatan kepuasan pelanggan di *pet shop*

Blok-O. Langkah yang digunakan dalam menentukan setiap atribut pelayanan jasa baik *pet shop*, *grooming*, dan *pet hotel* adalah sama. Penjelasan mengenai hasil identifikasi atribut pelayanan jasa *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Sub-sub bab 5.1.1., Sub-sub bab 5.1.2. dan Sub-sub bab 5.1.3.

5.1.1. Penentuan Atribut Pelayanan *Pet Shop*

Pada identifikasi yang dilakukan dalam menentukan atribut pelayanan *pet shop*, didapatkan 21 atribut pelayanan jasa yang terbagi atas 8 atribut dimensi bukti fisik, 3 atribut dimensi reliabilitas, 3 atribut dimensi daya tanggap, 4 atribut dimensi jaminan dan 3 atribut dimensi empati. Atribut pertama pada dimensi bukti fisik yaitu ruangan *pet shop* yang bersih dan rapi (BFPS1). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Masello (2019), Wijaya (2017), *Google Review*, Gutierrez (2020) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-2 pada dimensi bukti fisik yaitu tempat parkir yang nyaman dan luas (BFPS2). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-3 pada dimensi bukti fisik yaitu suhu ruangan *pet shop* tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin (BFPS3). Atribut ini didapatkan dari identifikasi *Google Review* dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-4 dimensi bukti fisik yaitu penampilan karyawan rapi dan bersih (BFPS4). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-5 dimensi bukti fisik yaitu harga dan keterangan barang yang dijual tertera jelas (BFPS5). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-6 dimensi bukti fisik yaitu ketersediaan dan kelengkapan barang yang dijual (BFPS6). Atribut ini diidentifikasi dari Tarigan (2013), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony, dan Gutierrez (2020). Atribut ke-7 dimensi bukti fisik yaitu tersedia program *member* bagi pelanggan (BFPS7). Atribut ini diidentifikasi dari Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-8 dimensi bukti fisik yaitu produk yang dijual tertata dengan baik dan rapi (BFPS8). Atribut ini diidentifikasi dari Masello (2019), Tarigan (2013), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020).

Atribut ke-9 dimensi reliabilitas yaitu kesesuaian pembayaran di kasir (RPS1). Atribut ini diidentifikasi dari Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-10 dimensi reliabilitas yaitu kesesuaian pemberian produk promo (RPS2). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Wijaya (2017), *Google Review* dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-11 dimensi reliabilitas

yaitu penanganan keluhan pelanggan oleh karyawan (RPS3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review* dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-12 dimensi daya tanggap yaitu kesediaan karyawan membantu memenuhi kebutuhan pelanggan (DTPS1). Atribut ini didapatkan dari identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, Gutierrez (2020) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-13 dimensi daya tanggap yaitu pemberian informasi yang jelas mengenai produk yang dijual (DTPS2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-14 dimensi daya tanggap yaitu petugas kasir melakukan transaksi dengan cepat (DTPS3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020).

Atribut ke-15 dimensi jaminan yaitu kondisi barang yang dijual dalam keadaan baik (JPS1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-16 dimensi jaminan yaitu karyawan bersikap sopan, sabar, dan ramah dalam melayani (JPS2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-17 dimensi jaminan yaitu pemberian ganti rugi jika ada barang cacat (JPS3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-18 dimensi jaminan yaitu karyawan memberikan solusi atas permasalahan pelanggan (JPS4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review* dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-19 dimensi empati yaitu jam operasional hingga malam hari (EPS1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-20 dimensi empati yaitu sarana untuk menyampaikan keluhan dan masukan (EPS2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Wijaya (2017), pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-21 dimensi empati yaitu pelayanan tanpa perbedaan status sosial (EPS3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi *Google Review* dan pemilik Pet Colony.

Rangkuman berbagai sumber yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendapatkan atribut pelayanan jasa pada *pet shop* Pet Colony dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5. 1. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa *Pet Shop*

No	Atribut Pelayanan	Masello (2019)	Tarigan (2013)	Parasuraman dkk (1994)	Wijaya (2017)	Google Review	Owner	Gutteres (2020)
1	BFPS1	√			√	√	√	√
2	BFPS2				√	√	√	
3	BFPS3					√	√	
4	BFPS4	√	√	√	√		√	
5	BFPS5			√	√		√	
6	BFPS6				√	√	√	√
7	BFPS7		√	√			√	
8	BFPS8	√	√		√	√	√	√
9	RPS1		√	√		√	√	
10	RPS2				√	√	√	
11	RPS3	√	√	√		√	√	
12	DTPS1	√	√	√	√	√	√	√
13	DTPS2	√	√	√			√	
14	DTPS3		√	√		√	√	√
15	JPS1		√	√			√	
16	JPS2	√	√	√	√	√	√	√
17	JPS3				√	√	√	√
18	JPS4			√	√	√	√	
19	EPS1	√	√	√			√	√
20	EPS2				√		√	√
21	EPS3					√	√	

5.1.2. Penentuan Atribut Pelayanan *Grooming*

Pada identifikasi yang dilakukan dalam menentukan atribut pelayanan *grooming*, didapatkan 22 atribut pelayanan jasa yang terbagi atas 7 atribut dimensi bukti fisik, 3 atribut dimensi reliabilitas, 3 atribut dimensi daya tanggap, 4 atribut dimensi jaminan dan 5 atribut dimensi empati. Atribut pertama dimensi bukti fisik yaitu ruangan *grooming* yang memadai (BFG1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-2 dimensi bukti fisik yaitu ruangan *grooming* bersih dan rapi (BFG2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-3 dimensi bukti fisik yaitu peralatan yang modern (BFG3). Atribut ini didapatkan

dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-4 dimensi bukti fisik yaitu karyawan menggunakan seragam *grooming* (BFG4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-5 dimensi bukti fisik yaitu kandang yang memadai sebagai tempat setelah *grooming* (BFG5). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-6 dimensi bukti fisik yaitu papan petunjuk lokasi *grooming* yang strategis dan terlihat pelanggan (BFG6). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Gutierrez (2020) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-7 dimensi bukti fisik yaitu ketersediaan kursi tunggu bagi pelanggan (BFG7). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-8 dimensi reliabilitas yaitu karyawan menyelesaikan *grooming* tepat waktu (RG1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-9 dimensi reliabilitas yaitu karyawan mampu menangani keluhan pelanggan (RG2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-10 dimensi reliabilitas yaitu karyawan memberikan pelayanan *grooming* sesuai yang dijanjikan (RG3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review* dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-11 dimensi daya tanggap yaitu karyawan memberikan informasi mengenai waktu penyelesaian *grooming* (DTG1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017) dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-12 dimensi daya tanggap yaitu karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTG2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-13 dimensi daya tanggap yaitu karyawan memberikan nomor antrian kepada pelanggan (DTG3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Parasuraman dkk (1994) dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-14 dimensi jaminan yaitu keamanan hewan (JG1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut

ke-15 dimensi jaminan yaitu keselamatan hewan terjamin (JG2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-16 dimensi jaminan yaitu karyawan memiliki keahlian dalam melakukan *grooming* (JG3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-17 dimensi jaminan yaitu karyawan memberikan bukti foto atau video hasil pelayanan *grooming* (JG4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi yang dilakukan oleh Parasuraman dkk (1994) dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-18 dimensi empati yaitu karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan (EG1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-19 dimensi empati yaitu karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan (EG2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-20 dimensi empati yaitu karyawan melayani tanpa memandang ras hewan (EG3). Atribut ini didapatkan dari hasil wawancara bersama pemilik Pet Colony. Atribut ke-21 dimensi empati yaitu adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran (EG4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Wijaya (2017), pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-22 dimensi empati yaitu adanya kemudahan pada saat melakukan pemesanan (EG5). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Gutteres (2020) dan pemilik Pet Colony.

Rangkuman berbagai sumber yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendapatkan atribut pelayanan jasa *grooming* di Pet Colony dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5. 2. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa *Grooming*

No	Atribut Pelayanan	Masello (2019)	Tarigan (2013)	Parasuraman dkk (1994)	Wijaya (2017)	Google Review	Owner	Gutteres (2020)
1	BFG1	√	√			√	√	√
2	BFG2	√	√		√	√	√	
3	BFG3	√	√	√			√	
4	BFG4	√	√	√	√		√	
5	BFG5		√	√		√	√	√
6	BFG6	√					√	√

Tabel 5.2. Lanjutan

No	Atribut Pelayanan	Masello (2019)	Tarigan (2013)	Parasuraman dkk (1994)	Wijaya (2017)	Google Review	Owner	Gutteres (2020)
7	BFG7		√	√			√	
8	RG1	√	√	√	√		√	
9	RG2	√	√				√	
10	RG3		√	√	√	√	√	
11	DTPS1	√	√	√	√		√	
12	DTPS2			√		√	√	√
13	DTPS3			√			√	
14	JPS1	√	√	√	√	√	√	√
15	JPS2		√	√	√	√	√	√
16	JPS3	√				√	√	√
17	JPS4			√			√	
18	EG1		√	√		√	√	
19	EG2	√	√	√		√	√	√
20	EG3						√	
21	EG4				√		√	√
22	EG5						√	√

5.1.3. Penentuan Atribut Pelayanan *Pet Hotel*

Pada identifikasi yang dilakukan dalam menentukan atribut pelayanan *pet hotel*, didapatkan 22 atribut pelayanan jasa yang terbagi atas 7 atribut dimensi bukti fisik, 3 atribut dimensi reliabilitas, 3 atribut dimensi daya tanggap, 3 atribut dimensi jaminan dan 6 atribut dimensi empati. Atribut pertama dimensi bukti fisik yaitu kamar hotel yang memadai (BFPH1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-2 dimensi bukti fisik yaitu kamar hotel bersih dan tidak bau (BFPH2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-3 dimensi bukti fisik yaitu peralatan kebersihan yang memadai (BFPH3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), pemilik Pet Colony dan Gutteres (2020). Atribut ke-4 dimensi bukti fisik yaitu ketersediaan fasilitas tempat minum dan makan yang cukup (BFPH4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-5 dimensi bukti fisik yaitu ketersediaan halaman yang luas untuk hewan bermain (BFPH5). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019),

Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-6 dimensi bukti fisik yaitu penampilan karyawan sopan dan rapi (BFPH6). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-7 dimensi bukti fisik yaitu halaman bermain selalu bersih dari kotoran hewan (BFPH7). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-8 dimensi reliabilitas yaitu fasilitas yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan (RPH1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-9 dimensi reliabilitas yaitu karyawan mampu menangani keluhan pelanggan (RPH2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-10 dimensi reliabilitas yaitu karyawan memberikan pelayanan hingga waktu yang disepakati (RPH3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony.

Atribut ke-11 dimensi daya tanggap yaitu karyawan memberikan informasi penitipan dengan jelas (DTPH1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-12 dimensi daya tanggap yaitu karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTPH2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020). Atribut ke-13 dimensi daya tanggap yaitu karyawan bersedia membantu memilihkan kamar hotel (DTPH3). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), pemilik Pet Colony dan Gutierrez (2020).

Atribut ke-14 dimensi jaminan yaitu kesehatan hewan terjamin (JPH1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-15 dimensi jaminan yaitu kesejahteraan hewan terjamin (JPH2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-16 dimensi jaminan yaitu karyawan mampu handle hewan pada saat hewan tidak berada di kandang (JPH3).

Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Wijaya (2017), pemilik Pet Colony dan Gutters (2020).

Atribut ke-17 dimensi empati yaitu karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan (EPH1). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), *Google Review*, dan pemilik Pet Colony. Atribut ke-18 dimensi empati yaitu karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan (EPH2). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Masello (2019), Tarigan (2013), Parasuraman dkk (1994), Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutters (2020). Atribut ke-19 dimensi empati yaitu karyawan melayani tanpa memandang ras hewan (EPH3). Atribut ini didapatkan dari hasil wawancara bersama dengan pemilik Pet Colony. Atribut ke-20 dimensi empati yaitu adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran (EPH4). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutters (2020). Atribut ke-21 dimensi empati yaitu adanya kemudahan pada saat melakukan pemesanan (EPH5). Atribut ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik Pet Colony. Atribut ke-22 dimensi empati yaitu adanya kesadaran karyawan untuk meminta maaf jika melakukan kesalahan (EPH6). Atribut ini didapatkan dari hasil identifikasi Wijaya (2017), *Google Review*, pemilik Pet Colony dan Gutters (2020).

Rangkuman berbagai sumber yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendapatkan atribut pelayanan jasa *boarding* atau penitipan hewan di Pet Colony dapat dilihat pada Tabel 5.3.

Tabel 5. 3. Hasil Identifikasi Atribut Pelayanan Jasa *Pet Hotel*

No	Atribut Pelayanan	Masello (2019)	Tarigan (2013)	Parasuraman dkk (1994)	Wijaya (2017)	<i>Google Review</i>	Owner	Gutters (2020)
1	BFPH1	√	√	√	√	√	√	√
2	BFPH2	√			√	√	√	
3	BFPH3	√	√	√			√	√
4	BFPH4	√	√	√		√	√	
5	BFPH5	√	√	√	√	√	√	√
6	BFPH6	√	√	√	√		√	
7	BFPH7	√		√		√	√	
8	RPH1		√	√	√	√	√	
9	RPH2	√	√	√		√	√	
10	RPH3	√				√	√	

Tabel 5.3. Lanjutan

No	Atribut Pelayanan	Masello (2019)	Tarigan (2013)	Parasuraman dkk (1994)	Wijaya (2017)	Google Review	Owner	Gutteres (2020)
11	DTPH1	√	√	√	√	√	√	
12	DTPH2			√	√	√	√	√
13	DTPH3	√	√	√			√	√
14	JPH1		√	√	√	√	√	
15	JPH2		√	√	√	√	√	
16	JPH3	√	√		√		√	√
17	EPH1		√	√		√	√	
18	EPH2	√	√	√	√	√	√	√
19	EPH3						√	
20	EPH4				√		√	√
21	EPH5						√	
22	EPH6					√	√	√

Semua atribut terpilih baik pada pelayanan *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel*, selanjutnya digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian. Atribut yang terpilih dapat dilihat pada kuesioner penelitian yang digunakan yang terdapat pada Lampiran 7.

5.2. Penentuan Skala Penilaian

Skala penilaian yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala *Likert*. Skala ini digunakan untuk menilai setiap atribut pelayanan jasa pada masing-masing kuesioner baik *pet shop*, *grooming* maupun *pet hotel*. Skala nilai yang digunakan untuk penilaian tingkat kepentingan, persepsi saat ini dan harapan yaitu dari skala 1 hingga skala 5. Keterangan setiap skala yang digunakan pada masing-masing penilaian dapat dilihat pada Tabel 5.4.

Tabel 5. 4. Skala Penilaian

Tingkat Kepentingan	Harapan	Persepsi Saat Ini
1= Sangat tidak penting	1= Sangat tidak diharapkan	1= Sangat tidak puas
2= Tidak penting	2= Tidak diharapkan	2= Tidak puas
3= Cukup penting	3= Cukup diharapkan	3= Cukup puas
4= Penting	4= Diharapkan	4= Puas
5= Sangat penting	5= Sangat diharapkan	5= Sangat puas

5.3. Kuesioner Penelitian

Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan terdapat 2 macam antara lain kuesioner pra-uji dan kuesioner penelitian untuk pengambilan data. Pada kuesioner pra uji pertanyaan yang digunakan hanya 3 antara lain apakah responden mudah memahami pertanyaan, apakah responden mudah untuk memberikan skor penilaian terhadap atribut pelayanan, dan saran terbuka untuk perbaikan atribut pelayanan yang kurang tepat. Kuesioner pra uji ini mendapatkan perbaikan kalimat pada atribut pelayanan *pet hotel* dimensi reliabilitas dengan kode RPH3 dari karyawan melayani hewan hingga waktu yang disepakati menjadi karyawan memberikan pelayanan kepada hewan hingga waktu yang disepakati.

Kuesioner penelitian yang telah diperbaiki berdasarkan kuesioner pra uji digunakan untuk pengujian validitas dan reliabilitas serta mengambil data primer penelitian yang dilakukan secara *on-site*. Kuesioner yang digunakan memiliki 4 bagian yang berbeda, antara lain:

a. Bagian I: Data Responden

Bagian yang pertama ini digunakan untuk mengumpulkan data calon responden dan mengetahui apakah calon responden pernah berbelanja di *pet shop* Pet Colony, pernah menggunakan layanan *grooming* dan atau styling di Pet Colony, dan pernah menggunakan layanan penitipan hewan yang terdapat di Pet Colony. Pada bagian ini, ketika calon responden pernah berbelanja di *pet shop* Pet Colony maka akan menjadi responden bagian *pet shop* dan akan mengisi bagian kuesioner yang ke II. Calon responden yang pernah menggunakan layanan *grooming* maka akan menjadi responden bagian *grooming* dan akan mengisi bagian kuesioner yang ke III. Calon responden yang pernah menggunakan layanan *pet hotel* maka akan menjadi responden *pet hotel* dan akan melanjutkan mengisi bagian yang ke IV. Ketika calon responden pernah menggunakan ketiga layanan maka akan mengisi semua bagian kuesioner penelitian. Selain itu, bagian pertama ini juga mengumpulkan data mengenai karakteristik calon responden berupa umur, pekerjaan, dan jenis hewan peliharaan yang dimiliki oleh responden.

b. Bagian II: Penilaian Tingkat Kepentingan, Harapan, dan Persepsi Terhadap Atribut Pelayanan *Pet shop*.

Pada bagian ke II ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat kepentingan responden *pet shop* terhadap setiap atribut pelayanan *pet shop* Pet

Colony, harapan untuk setiap atribut pelayanan *pet shop* Pet Colony, dan persepsi saat ini terhadap atribut pelayanan *pet shop* Pet Colony. Responden akan memberikan penilaian menggunakan skala 1 hingga 5 dengan penjelasan pada bagian awal kuesioner bagian II.

c. Bagian III: Penilaian Tingkat Kepentingan, Harapan, dan Persepsi Terhadap Atribut Pelayanan *Grooming*.

Pada bagian ke III ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat kepentingan responden *grooming* terhadap setiap atribut pelayanan *grooming* Pet Colony, harapan untuk setiap atribut pelayanan *grooming* Pet Colony, dan persepsi saat ini terhadap atribut pelayanan *grooming* Pet Colony. Responden akan memberikan penilaian menggunakan skala 1 hingga 5 dengan penjelasan pada bagian awal kuesioner bagian III.

d. Bagian IV: Penilaian Tingkat Kepentingan, Harapan, dan Persepsi Terhadap Atribut Pelayanan *Pet Hotel*.

Pada bagian ke IV ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat kepentingan responden *pet hotel* terhadap setiap atribut pelayanan *pet hotel* Pet Colony, harapan untuk setiap atribut pelayanan *pet hotel* Pet Colony, dan persepsi saat ini terhadap atribut pelayanan *pet hotel* Pet Colony. Responden akan memberikan penilaian menggunakan skala 1 hingga 5 dengan penjelasan pada bagian awal kuesioner bagian IV.

Kuesioner penelitian yang sudah disusun dipergunakan sebagai instrumen penelitian selama pengambilan data penelitian. Kuesioner penelitian yang digunakan dapat dilihat pada Lampiran 7.

5.4. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel digunakan dalam pemilihan sejumlah elemen dari populasi yang ada (Sugiyono, 2016). Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah peserta *animal event* dan konsumen yang datang ke Pet Colony untuk mengambil hewan peliharaan, berbelanja di *pet shop* maupun untuk melakukan registrasi awal *grooming*. Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya, maka dari itu Ferdinand (2002) dalam Dimyati (2019) memberikan arahan penentuan ukuran sampel yang dapat bergantung pada jumlah indikator yang digunakan. Jumlah sampel dapat ditentukan dari jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10. Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan berjumlah 15

sehingga jumlah sampel minimalnya adalah 15 x 5 yaitu 75 sampel. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan agar data yang didapatkan lebih representatif.

Pengumpulan data penelitian menggunakan cara penyebaran kuesioner secara *on-site* di beberapa *event animal* yang terselenggara dari bulan November 2020 hingga Januari 2021. Data didapatkan pada *event Treasure Color Run with Dog* at Hyatt Regency Yogyakarta pada tanggal 29 November 2020, *event Christmas Story* di Sleman City Hall pada tanggal 13 Desember 2020 dan di Malioboro Mall pada tanggal 27 Desember 2020, *event Dog Competition: Holiday is Coming* di Sleman City Hall pada tanggal 6 Desember 2020, *Sharing Session with Poodle Community* at Anjungan Merapi pada tanggal 15 November 2020 dan *event Dog Run Community* pada tanggal 22 November 2020 dan 20 Desember 2020 di Grande Dog Zone. Selain itu, data juga didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara *on-site* di Pet Colony pada tanggal 30 Desember 2020 hingga 4 Januari 2021. Total responden yang terkumpul sebanyak 217 responden untuk memenuhi minimal responden pada setiap pelayanan jasa di Pet Colony.

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan yang melakukan transaksi di *pet shop*, pelanggan yang sedang menunggu hewan peliharaannya melakukan proses *grooming*, pelanggan yang ingin mengambil hewan peliharaannya dan peserta *animal event*. Sebelum memberikan kuesioner peneliti menanyakan kesediaan calon responden terlebih dahulu untuk mengisi kuesioner, jika bersedia maka peneliti akan memberikan bolpoin untuk digunakan mengisi kuesioner tersebut. Ketika sudah selesai mengisi calon responden akan mengembalikan kuesioner yang telah diisi dan bolpoin kepada peneliti.

5.5. Data Hasil Penelitian

Data yang didapatkan pada penelitian ini berasal dari 217 responden. Dari 217 responden ini terdapat beberapa responden yang menjadi responden *pet shop*, *grooming* dan atau responden *pet hotel*. Terdapat 166 responden *pet shop*, 78 responden *grooming* dan 76 responden *pet hotel*. Dari 217 data yang dikumpulkan, terdapat 21 data tidak digunakan dikarenakan responden tidak memenuhi kualifikasi sebagai responden *pet shop*, responden *grooming* maupun responden *pet hotel*.

Data jumlah frekuensi persepsi dan harapan responden *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Tabel 5.5. hingga Tabel 5.7 sedangkan jumlah frekuensi tingkat kepentingan responden *pet shop*, *grooming*, dan *pet hotel* dapat dilihat pada Tabel 5.8. hingga Tabel 5.10.

Tabel 5. 5. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden *Pet Shop*

Frekuensi Persepsi						Frekuensi Harapan				
Atribut	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
BFPS1	0	1	40	68	57	0	0	12	63	91
BFPS2	6	12	61	60	27	0	0	11	57	98
BFPS3	0	3	47	77	39	0	0	12	59	95
BFPS4	0	0	17	63	86	0	0	11	66	89
BFPS5	0	5	70	56	35	0	0	14	59	93
BFPS6	0	3	21	66	76	0	0	13	59	94
BFPS7	0	5	18	45	98	0	0	12	72	82
BFPS8	0	0	25	48	93	0	0	11	64	91
RPS1	4	7	42	74	39	0	0	15	55	96
RPS2	0	4	31	85	46	0	0	12	61	93
RPS3	0	6	43	76	41	0	0	13	54	99
DTPS1	0	11	57	74	24	0	0	11	56	99
DTPS2	1	11	83	50	21	0	0	12	56	98
DTPS3	7	28	71	43	17	0	0	16	54	96
JPS1	0	12	38	84	32	0	0	9	58	99
JPS2	0	9	43	56	58	0	0	13	51	102
JPS3	0	4	35	61	66	0	0	11	57	98
JPS4	5	20	84	43	14	0	0	14	57	95
EPS1	7	30	94	27	8	0	0	11	57	98
EPS2	24	53	65	18	6	0	0	8	56	102
EPS3	0	15	68	56	27	0	0	12	61	93

Tabel 5. 6. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden *Grooming*

Frekuensi Harapan						Frekuensi Persepsi				
Atribut	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
BFG1	0	0	0	22	56	0	0	25	39	14
BFG2	0	0	0	14	64	4	5	33	25	11
BFG3	0	0	3	22	53	0	0	12	49	17
BFG4	0	0	3	32	43	0	11	33	31	3

Tabel 5.6. Lanjutan

Frekuensi Harapan						Frekuensi Persepsi				
Atribut	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
BFG5	0	0	0	19	59	0	12	30	29	7
BFG6	0	0	0	20	58	2	14	41	16	5
BFG7	0	0	0	20	58	14	25	21	15	3
RG1	0	0	0	16	62	0	3	36	30	9
RG2	0	0	0	17	61	0	2	41	23	12
RG3	0	0	0	15	63	0	7	22	43	6
DTG1	0	0	0	19	59	0	1	25	41	11
DTG2	0	0	0	16	62	3	11	33	18	13
DTG3	0	0	0	24	54	2	19	26	17	14
JG1	0	0	0	18	60	0	0	29	31	18
JG2	0	0	0	13	65	0	3	26	27	22
JG3	0	0	0	13	65	0	0	11	43	24
JG4	0	0	0	15	63	7	19	27	15	10
EG1	0	0	0	20	58	0	11	26	25	16
EG2	0	0	0	17	61	0	2	38	19	19
EG3	0	0	0	11	67	0	8	30	19	21
EG4	0	0	0	11	67	5	13	37	17	6
EG5	0	0	0	17	61	0	10	26	19	23

Tabel 5. 7. Frekuensi Persepsi, dan Harapan Responden *Pet Hotel*

Frekuensi Harapan						Frekuensi Persepsi				
Atribut	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
BPFH1	0	0	6	24	46	0	0	7	39	30
BFPH2	0	0	6	17	53	1	12	24	32	7
BFPH3	0	0	6	25	45	0	8	26	31	11
BFPH4	0	0	6	16	54	0	1	8	33	34
BFPH5	0	0	7	19	50	0	1	0	24	51
BFPH6	0	0	6	24	46	0	0	2	40	34
BFPH7	0	0	7	16	53	2	12	25	29	8
RPH1	0	0	6	19	51	0	0	14	41	21
RPH2	0	0	5	16	55	0	7	25	34	10

Tabel 5.7. Lanjutan

Frekuensi Harapan						Frekuensi Persepsi				
Atribut	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
RPH3	0	0	5	19	52	0	0	6	43	27
DTPH1	0	0	5	19	52	0	3	21	31	21
DTPH2	0	0	5	17	54	0	7	32	23	14
DTPH3	0	0	7	21	48	0	0	11	35	30
JPH1	0	0	6	19	51	6	13	20	28	9
JPH2	0	0	6	16	54	3	21	24	17	11
JPH3	0	0	6	18	52	0	1	26	35	14
EPH1	0	0	5	26	45	0	2	16	37	21
EPH2	0	0	5	15	56	0	0	23	36	17
EPH3	0	0	5	16	55	0	0	7	44	25
EPH4	0	0	6	20	50	0	13	28	22	13
EPH5	0	0	5	16	55	0	10	16	30	20
EPH6	0	0	5	16	55	0	1	17	33	25

Tabel 5. 8. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden *Pet Shop*

Frekuensi Tingkat Kepentingan					
Atribut	1	2	3	4	5
BFPS1	0	0	14	60	92
BFPS2	0	0	18	79	69
BFPS3	0	0	19	76	71
BFPS4	0	0	14	88	64
BFPS5	0	0	19	72	75
BFPS6	0	0	17	60	89
BFPS7	0	0	19	67	80
BFPS8	0	0	20	62	84
RPS1	0	0	15	59	92
RPS2	0	0	18	68	80
RPS3	0	0	23	58	85
DTPS1	0	0	18	60	88
DTPS2	0	0	18	59	89
DTPS3	0	3	23	56	84

Tabel 5.8. Lanjutan

Frekuensi Tingkat Kepentingan					
Atribut	1	2	3	4	5
JPS1	0	0	16	62	88
JPS2	0	0	16	62	88
JPS3	0	0	21	69	76
JPS4	0	0	20	62	84
EPS1	0	0	19	56	91
EPS2	0	0	19	57	90
EPS3	0	0	18	57	91

Tabel 5. 9. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden *Grooming*

Frekuensi Kepentingan					
Atribut	1	2	3	4	5
BFG1	0	0	9	43	26
BFG2	0	0	15	39	24
BFG3	0	0	12	28	38
BFG4	0	4	8	30	36
BFG5	0	3	10	30	35
BFG6	0	0	13	35	30
BFG7	0	0	9	27	42
RG1	0	0	7	32	39
RG2	0	0	7	29	42
RG3	0	0	9	25	44
DTG1	0	0	9	21	48
DTG2	0	0	7	22	49
DTG3	0	0	8	25	45
JG1	0	0	7	30	41
JG2	0	0	8	27	43
JG3	0	2	6	22	48
JG4	0	1	12	28	37
EG1	0	2	16	28	32
EG2	0	0	10	32	36
EG3	0	0	17	25	36

Tabel 5.9. Lanjutan

Frekuensi Kepentingan					
Atribut	1	2	3	4	5
EG4	0	1	12	19	46
EG5	0	0	9	36	33

Tabel 5. 10. Jumlah Frekuensi Tingkat Kepentingan Responden *Pet Hotel*

Frekuensi Kepentingan					
Atribut	1	2	3	4	5
BPFH1	0	0	21	33	22
BFPH2	0	0	18	34	24
BFPH3	0	0	11	34	31
BFPH4	0	0	13	30	33
BFPH5	0	0	18	31	27
BFPH6	0	0	15	36	25
BFPH7	0	0	21	31	24
RPH1	0	0	13	27	36
RPH2	0	0	12	25	39
RPH3	0	0	10	31	35
DTPH1	0	0	11	31	34
DTPH2	0	0	12	27	37
DTPH3	0	0	14	26	36
JPH1	0	0	10	25	41
JPH2	0	0	9	24	43
JPH3	0	0	8	26	42
EPH1	0	0	17	27	32
EPH2	0	0	10	30	36
EPH3	0	0	13	40	23
EPH4	0	0	12	35	29
EPH5	0	0	11	34	31
EPH6	0	0	16	31	29

5.6. Pengujian Kuesioner

Kuesioner penelitian yang digunakan diuji validitas dan diuji reliabilitasnya terlebih dahulu sebelum digunakan. Uji validitas pada kuesioner bertujuan untuk

mengetahui apakah setiap atribut pelayanan yang digunakan pada kuesioner sesuai untuk dapat digunakan mengukur apa yang akan diukur peneliti. Sedangkan uji reliabilitas pada kuesioner bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan stabilitas dari kuesioner penelitian yang digunakan sehingga ketika kuesioner digunakan berulang kali akan menghasilkan nilai yang stabil dan konsisten.

a. Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 25*. Koefisien korelasi dihitung dengan menggunakan teknik *pearson correlation*. Nilai validitas akan dihitung menggunakan *software* dengan taraf *error* sebesar 5%. Uji validitas ini dilakukan pada 55 kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dari itu derajat kebebasan dapat dihitung dengan rumus jumlah responden dikurangi dengan 2. Hasil dari perhitungan derajat kebebasan sebesar 53. Dari data derajat kebebasan dan nilai taraf *error* maka didapatkan data *r* tabel sebesar 0.2656. Kriteria uji yang digunakan yaitu jika nilai *r*-hitung > *r*-tabel, maka kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid. Hasil uji validitas pada data tingkat kepentingan, harapan dan persepsi saat ini responden *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Tabel 5.11. hingga Tabel 5.19.

Tabel 5. 11. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden *Pet Shop*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPS1	0.585	0.2656	Valid
2	BFPS2	0.701	0.2656	Valid
3	BFPS3	0.595	0.2656	Valid
4	BFPS4	0.482	0.2656	Valid
5	BFPS5	0.663	0.2656	Valid
6	BFPS6	0.682	0.2656	Valid
7	BFPS7	0.709	0.2656	Valid
8	BFPS8	0.707	0.2656	Valid
9	RPS1	0.830	0.2656	Valid
10	RPS2	0.758	0.2656	Valid
11	RPS3	0.817	0.2656	Valid
12	DTPS1	0.841	0.2656	Valid

Tabel 5.11. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
13	DTPS2	0.796	0.2656	Valid
14	DTPS3	0.797	0.2656	Valid
15	JPS1	0.832	0.2656	Valid
16	JPS2	0.698	0.2656	Valid
17	JPS3	0.605	0.2656	Valid
18	JPS4	0.752	0.2656	Valid
19	EPS1	0.961	0.2656	Valid
20	EPS2	0.984	0.2656	Valid
21	EPS3	0.962	0.2656	Valid

Tabel 5. 12. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden *Pet Shop*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPS1	0.594	0.2656	Valid
2	BFPS2	0.648	0.2656	Valid
3	BFPS3	0.709	0.2656	Valid
4	BFPS4	0.808	0.2656	Valid
5	BFPS5	0.724	0.2656	Valid
6	BFPS6	0.704	0.2656	Valid
7	BFPS7	0.639	0.2656	Valid
8	BFPS8	0.699	0.2656	Valid
9	RPS1	0.927	0.2656	Valid
10	RPS2	0.853	0.2656	Valid
11	RPS3	0.825	0.2656	Valid
12	DTPS1	0.841	0.2656	Valid
13	DTPS2	0.886	0.2656	Valid
14	DTPS3	0.888	0.2656	Valid
15	JPS1	0.885	0.2656	Valid
16	JPS2	0.901	0.2656	Valid
17	JPS3	0.895	0.2656	Valid
18	JPS4	0.746	0.2656	Valid
19	EPS1	0.872	0.2656	Valid

Tabel 5.12. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
20	EPS2	0.879	0.2656	Valid
21	EPS3	0.753	0.2656	Valid

Tabel 5. 13. Hasil Uji Validitas Harapan Responden *Pet Shop*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPS1	0.696	0.2656	Valid
2	BFPS2	0.693	0.2656	Valid
3	BFPS3	0.60	0.2656	Valid
4	BFPS4	0.711	0.2656	Valid
5	BFPS5	0.640	0.2656	Valid
6	BFPS6	0.440	0.2656	Valid
7	BFPS7	0.628	0.2656	Valid
8	BFPS8	0.501	0.2656	Valid
9	RPS1	0.794	0.2656	Valid
10	RPS2	0.864	0.2656	Valid
11	RPS3	0.883	0.2656	Valid
12	DTPS1	0.773	0.2656	Valid
13	DTPS2	0.877	0.2656	Valid
14	DTPS3	0.825	0.2656	Valid
15	JPS1	0.861	0.2656	Valid
16	JPS2	0.888	0.2656	Valid
17	JPS3	0.824	0.2656	Valid
18	JPS4	0.781	0.2656	Valid
19	EPS1	0.814	0.2656	Valid
20	EPS2	0.910	0.2656	Valid
21	EPS3	0.799	0.2656	Valid

Tabel 5. 14. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden *Grooming*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFG1	0.697	0.2656	Valid
2	BFG2	0.610	0.2656	Valid
3	BFG3	0.817	0.2656	Valid

Tabel 5.14. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
4	BFG4	0.852	0.2656	Valid
5	BFG5	0.902	0.2656	Valid
6	BFG6	0.417	0.2656	Valid
7	BFG7	0.689	0.2656	Valid
8	RG1	0.775	0.2656	Valid
9	RG2	0.851	0.2656	Valid
10	RG3	0.886	0.2656	Valid
11	DTG1	0.950	0.2656	Valid
12	DTG2	0.917	0.2656	Valid
13	DTG3	0.885	0.2656	Valid
14	JG1	0.850	0.2656	Valid
15	JG2	0.862	0.2656	Valid
16	JG3	0.731	0.2656	Valid
17	JG4	0.751	0.2656	Valid
18	EG1	0.824	0.2656	Valid
19	EG2	0.608	0.2656	Valid
20	EG3	0.821	0.2656	Valid
21	EG4	0.672	0.2656	Valid
22	EG5	0.794	0.2656	Valid

Tabel 5. 15. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden *Grooming*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFG1	0.618	0.2656	Valid
2	BFG2	0.676	0.2656	Valid
3	BFG3	0.707	0.2656	Valid
4	BFG4	0.815	0.2656	Valid
5	BFG5	0.704	0.2656	Valid
6	BFG6	0.733	0.2656	Valid
7	BFG7	0.779	0.2656	Valid
8	RG1	0.762	0.2656	Valid
9	RG2	0.679	0.2656	Valid
10	RG3	0.816	0.2656	Valid

Tabel 5.15. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
11	DTG1	0.775	0.2656	Valid
12	DTG2	0.813	0.2656	Valid
13	DTG3	0.765	0.2656	Valid
14	JG1	0.738	0.2656	Valid
15	JG2	0.812	0.2656	Valid
16	JG3	0.709	0.2656	Valid
17	JG4	0.643	0.2656	Valid
18	EG1	0.794	0.2656	Valid
19	EG2	0.733	0.2656	Valid
20	EG3	0.816	0.2656	Valid
21	EG4	0.733	0.2656	Valid
22	EG5	0.778	0.2656	Valid

Tabel 5. 16. Hasil Uji Validitas Harapan Responden *Grooming*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFG1	0.795	0.2656	Valid
2	BFG2	0.830	0.2656	Valid
3	BFG3	0.830	0.2656	Valid
4	BFG4	0.508	0.2656	Valid
5	BFG5	0.580	0.2656	Valid
6	BFG6	0.625	0.2656	Valid
7	BFG7	0.642	0.2656	Valid
8	RG1	0.736	0.2656	Valid
9	RG2	0.794	0.2656	Valid
10	RG3	0.736	0.2656	Valid
11	DTG1	0.770	0.2656	Valid
12	DTG2	0.778	0.2656	Valid
13	DTG3	0.769	0.2656	Valid
14	JG1	0.789	0.2656	Valid
15	JG2	0.776	0.2656	Valid
16	JG3	0.848	0.2656	Valid
17	JG4	0.513	0.2656	Valid

Tabel 5.16. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
18	EG1	0.692	0.2656	Valid
19	EG2	0.713	0.2656	Valid
20	EG3	0.805	0.2656	Valid
21	EG4	0.700	0.2656	Valid
22	EG5	0.713	0.2656	Valid

Tabel 5. 17. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Responden *Pet Hotel*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPH1	0.564	0.2656	Valid
2	BFPH2	0.584	0.2656	Valid
3	BFPH3	0.586	0.2656	Valid
4	BFPH4	0.752	0.2656	Valid
5	BFPH5	0.751	0.2656	Valid
6	BFPH6	0.667	0.2656	Valid
7	BFPH7	0.480	0.2656	Valid
8	RPH1	0.886	0.2656	Valid
9	RPH2	0.878	0.2656	Valid
10	RPH3	0.904	0.2656	Valid
11	DTPH1	0.897	0.2656	Valid
12	DTPH2	0.779	0.2656	Valid
13	DTPH3	0.832	0.2656	Valid
14	JPH1	0.882	0.2656	Valid
15	JPH2	0.890	0.2656	Valid
16	JPH3	0.878	0.2656	Valid
17	EPH1	0.820	0.2656	Valid
18	EPH2	0.850	0.2656	Valid
19	EPH3	0.624	0.2656	Valid
20	EPH4	0.759	0.2656	Valid
21	EPH5	0.737	0.2656	Valid
22	EPH6	0.684	0.2656	Valid

Tabel 5. 18. Hasil Uji Validitas Persepsi Saat Ini Responden *Pet Hotel*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPH1	0.49	0.2656	Valid
2	BFPH2	0.688	0.2656	Valid
3	BFPH3	0.730	0.2656	Valid
4	BFPH4	0.666	0.2656	Valid
5	BFPH5	0.600	0.2656	Valid
6	BFPH6	0.519	0.2656	Valid
7	BFPH7	0.668	0.2656	Valid
8	RPH1	0.709	0.2656	Valid
9	RPH2	0.814	0.2656	Valid
10	RPH3	0.779	0.2656	Valid
11	DTPH1	0.801	0.2656	Valid
12	DTPH2	0.873	0.2656	Valid
13	DTPH3	0.739	0.2656	Valid
14	JPH1	0.851	0.2656	Valid
15	JPH2	0.904	0.2656	Valid
16	JPH3	0.855	0.2656	Valid
17	EPH1	0.682	0.2656	Valid
18	EPH2	0.658	0.2656	Valid
19	EPH3	0.548	0.2656	Valid
20	EPH4	0.585	0.2656	Valid
21	EPH5	0.585	0.2656	Valid
22	EPH6	0.571	0.2656	Valid

Tabel 5. 19. Hasil Uji Validitas Harapan Responden *Pet Hotel*

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	BFPH1	0.863	0.2656	Valid
2	BFPH2	0.890	0.2656	Valid
3	BFPH3	0.812	0.2656	Valid
4	BFPH4	0.885	0.2656	Valid
5	BFPH5	0.841	0.2656	Valid
6	BFPH6	0.816	0.2656	Valid
7	BFPH7	0.889	0.2656	Valid

Tabel 5.19. Lanjutan

No	Kode Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
8	RPH1	0.913	0.2656	Valid
9	RPH2	0.916	0.2656	Valid
10	RPH3	0.947	0.2656	Valid
11	DTPH1	0.855	0.2656	Valid
12	DTPH2	0.870	0.2656	Valid
13	DTPH3	0.876	0.2656	Valid
14	JPH1	0.922	0.2656	Valid
15	JPH2	0.935	0.2656	Valid
16	JPH3	0.896	0.2656	Valid
17	EPH1	0.800	0.2656	Valid
18	EPH2	0.961	0.2656	Valid
19	EPH3	0.914	0.2656	Valid
20	EPH4	0.862	0.2656	Valid
21	EPH5	0.911	0.2656	Valid
22	EPH6	0.842	0.2656	Valid

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada Tabel 5.11. hingga Tabel 5.19. dapat dilihat bahwa semua nilai *r* hitung pada setiap masing-masing atribut pelayanan jasa lebih dari nilai *r* tabel yaitu 0.2656, sehingga semua atribut pelayanan jasa pada setiap jenis kuesioner yang digunakan dapat dinyatakan valid. Kuesioner yang dinyatakan valid ini dapat digunakan sebagai instrumen penelitian lanjutan untuk mendapatkan data penelitian sebanyak minimal 75 responden.

b. Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 25*. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian yaitu dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (Azwar, 2015). Hasil uji dilakukan dengan cara membandingkan nilai koefisien *Cronbach Alpha* minimal 0,6. Kriteria uji yang digunakan yaitu hasil uji akan dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,6 (Sekaran dan Bougie, 2016). Hasil uji reliabilitas pada data tingkat kepentingan, harapan dan persepsi saat ini responden *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Tabel 5.20. hingga Tabel 5.28.

Tabel 5. 20. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Responden *Pet Shop*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFPS	0.797	0.60	Reliabel
RPS	0.719	0.60	Reliabel
DTPS	0.726	0.60	Reliabel
JPS	0.699	0.60	Reliabel
EPS	0.967	0.60	Reliabel

Tabel 5. 21. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat ini Responden *Pet Shop*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFPS	0.837	0.60	Reliabel
RPS	0.832	0.60	Reliabel
DTPS	0.841	0.60	Reliabel
JPS	0.881	0.60	Reliabel
EPS	0.786	0.60	Reliabel

Tabel 5. 22. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden *Pet Shop*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFPS	0.765	0.60	Reliabel
RPS	0.803	0.60	Reliabel
DTPS	0.762	0.60	Reliabel
JPS	0.859	0.60	Reliabel
EPS	0.791	0.60	Reliabel

Tabel 5. 23. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan *Grooming*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFG	0.845	0.60	Reliabel
RG	0.788	0.60	Reliabel
DTG	0.903	0.60	Reliabel

Tabel 5.23. Lanjutan

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
JG	0.804	0.60	Reliabel
EG	0.789	0.60	Reliabel

Tabel 5. 24. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat Ini Responden *Grooming*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFG	0.830	0.60	Reliabel
RG	0.614	0.60	Reliabel
DTG	0.652	0.60	Reliabel
JG	0.814	0.60	Reliabel
EG	0.824	0.60	Reliabel

Tabel 5. 25. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden *Grooming*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFG	0.812	0.60	Reliabel
RG	0.625	0.60	Reliabel
DTG	0.660	0.60	Reliabel
JG	0.714	0.60	Reliabel
EG	0.763	0.60	Reliabel

Tabel 5. 26. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Responden *Pet Hotel*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFP	0.737	0.60	Reliabel
RPH	0.867	0.60	Reliabel
DTPH	0.783	0.60	Reliabel
JPH	0.858	0.60	Reliabel
EPH	0.839	0.60	Reliabel

Tabel 5. 27. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saat Ini Responden *Pet Hotel*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFP	0.734	0.60	Reliabel
RPH	0.639	0.60	Reliabel
DTPH	0.711	0.60	Reliabel
JPH	0.828	0.60	Reliabel
EPH	0.643	0.60	Reliabel

Tabel 5. 28. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Responden *Pet Hotel*

Kode Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
BFP	0.938	0.60	Reliabel
RPH	0.915	0.60	Reliabel
DTPH	0.833	0.60	Reliabel
JPH	0.906	0.60	Reliabel
EPH	0.941	0.60	Reliabel

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada Tabel 5.20. hingga Tabel 5.28. dapat dilihat bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap dimensi kualitas jasa lebih dari nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yaitu 0.60, sehingga setiap atribut pelayanan jasa pada setiap jenis kuesioner yang terdapat pada dimensi kualitas jasa yang digunakan pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel dan diandalkan. Kuesioner yang dinyatakan reliabel ini dapat digunakan sebagai instrumen penelitian lanjutan untuk mendapatkan data penelitian sebanyak minimal 75 responden.

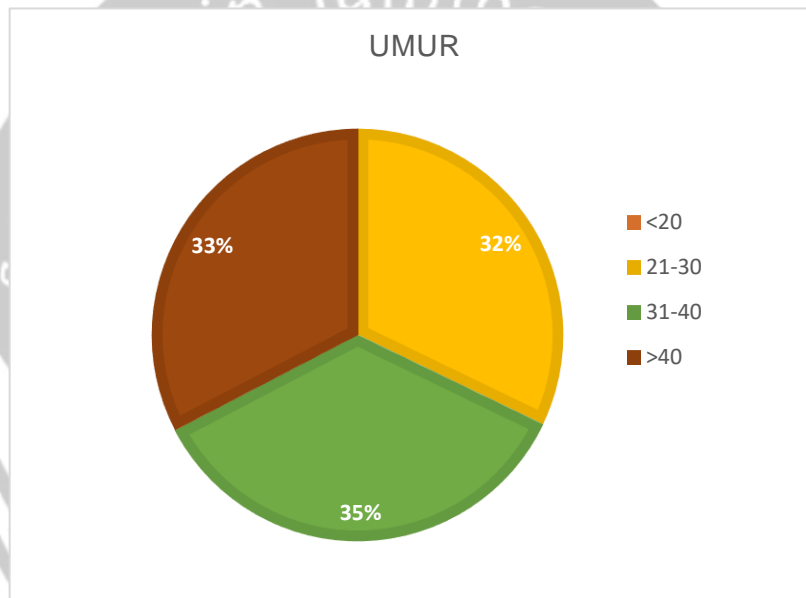
BAB 6

ANALISIS PERBAIKAN LAYANAN JASA PET COLONY

6.1. Analisis Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi, maka didapatkan 196 data yang dapat digunakan. Responden pada penelitian ini adalah peserta *animal event* dan konsumen yang datang ke Pet Colony. Analisis karakteristik responden ini dibagi menjadi 3 antara lain umur, pekerjaan dan jenis hewan peliharaan yang dimiliki oleh responden. Berikut adalah penjelasan setiap karakteristik responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



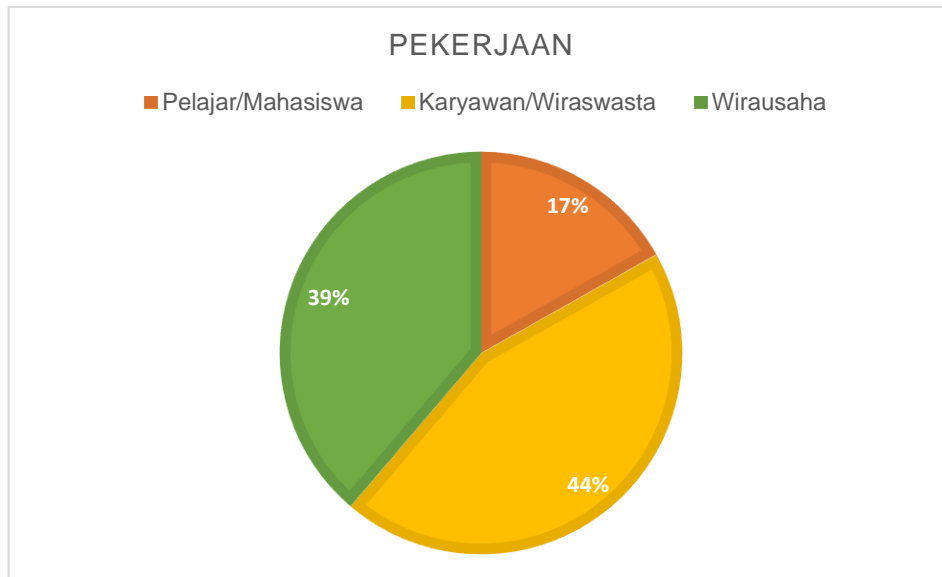
Gambar 6. 1. Pie Chart Umur Responden

Berdasarkan Gambar 6.1. dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang berusia kurang dari 20 tahun. Sebanyak 32% responden berumur 21 hingga 30 tahun yaitu sebanyak 63 responden. Sebanyak 35% responden berumur 31 hingga 40 tahun yaitu sebanyak 69 responden. Sebanyak 33% responden berumur lebih dari 40 tahun yaitu sebanyak 64 responden. Berdasarkan data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna layanan Pet Colony yang paling banyak adalah responden yang berumur 31 hingga 40 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

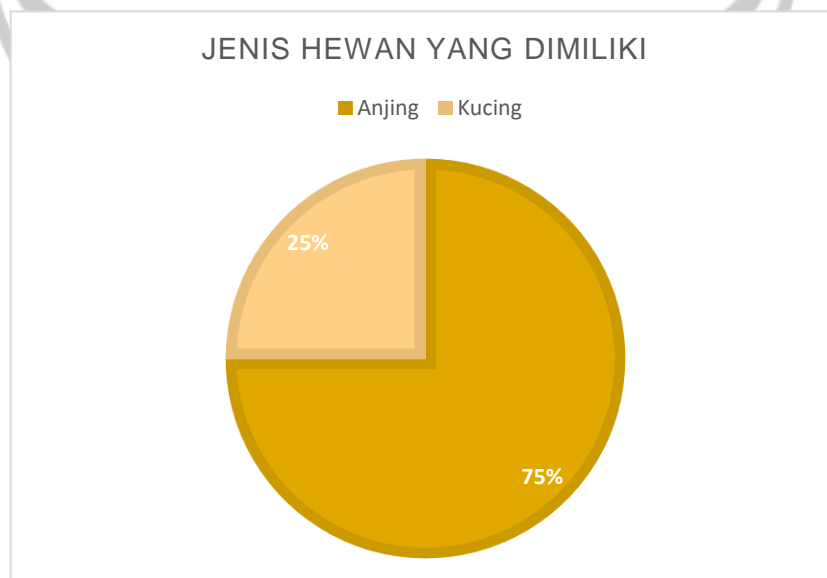
Dapat dilihat pada Gambar 6.2. data responden berdasarkan pekerjaan. Sebanyak 17% responden yaitu 33 orang merupakan pelajar atau mahasiswa. Sebanyak

39% responden yaitu 76 orang merupakan karyawan atau seorang wiraswasta. Sedangkan 44% responden yaitu 87 orang merupakan seorang wirausaha. Berdasarkan data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna layanan Pet Colony yang paling banyak adalah responden yang berprofesi sebagai seorang wirausaha.



Gambar 6. 2. Pie Chart Pekerjaan Responden

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Hewan Yang Dimiliki



Gambar 6. 3. Pie Chart Jenis Hewan Yang Dimiliki Responden

Berdasarkan Gambar 6.3. dapat dilihat bahwa responden penelitian paling banyak adalah responden yang memiliki hewan peliharaan anjing yaitu sebesar 75% atau 147 orang. Sedangkan 25% responden penelitian atau 49 orang merupakan responden yang memiliki kucing sebagai hewan peliharaannya.

6.2. Pengolahan Data Menggunakan Metode *Service Quality* (*Servqual*)

Data primer yang didapatkan melalui kuesioner kemudian ditabulasikan dan diolah pertama kali menggunakan metode *Servqual* untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel*. Metode *Servqual* yang digunakan pada penelitian ini yaitu perhitungan nilai *gap* atau nilai kesenjangan antara persepsi saat ini menurut responden dengan harapan responden terhadap setiap atribut pelayanan jasa. Metode penelitian ini sering disebut dengan perhitungan nilai *gap 5 Servqual*. Untuk menghitung nilai *gap* tersebut, dibutuhkan nilai rata-rata dari setiap penilaian pada atribut pelayanan jasa baik *pet shop*, *grooming*, dan *pet hotel*. Nilai rata-rata persepsi dan nilai rata-rata harapan dari setiap atribut pelayanan jasa kemudian digunakan untuk melakukan perhitungan nilai *gap* atau untuk mendapatkan skor *Servqual*. Perhitungan nilai *gap* pada metode *Servqual* dihitung menggunakan rumus di bawah ini:

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor persepsi} - \text{Skor harapan} \quad (6.1)$$

Hasil perhitungan nilai *gap* atau skor *Servqual* dapat dilihat pada Tabel 6.1. hingga Tabel 6.3. di bawah ini.

Tabel 6. 1. Perhitungan GAP Kualitas Pelayanan *Pet Shop*

Atribut	Harapan	Persepsi	GAP
BFPS1	4.475904	4.090361	-0.38554
BFPS2	4.524096	3.542169	-0.98193
BFPS3	4.500000	3.915663	-0.58434
BFPS4	4.469880	4.415663	-0.05422
BFPS5	4.475904	3.728916	-0.74699
BFPS6	4.487952	4.295181	-0.19277
BFPS7	4.421687	4.421687	0
BFPS8	4.481928	4.409639	-0.07229
RPS1	4.487952	3.825301	-0.66265
RPS2	4.487952	4.042169	-0.44578

Tabel 6.1. Lanjutan

Atribut	Harapan	Persepsi	GAP
RPS3	4.518072	3.915663	-0.60241
DTPS1	4.530120	3.668675	-0.86145
DTPS2	4.518072	3.475904	-1.04217
DTPS3	4.481928	3.210843	-1.27108
JPS1	4.542169	3.819277	-0.72289
JPS2	4.536145	3.981928	-0.55422
JPS3	4.524096	4.138554	-0.38554
JPS4	4.487952	3.246988	-1.24096
EPS1	4.524096	2.993976	-1.53012
EPS2	4.566265	2.572289	-1.99398
EPS3	4.487952	3.572289	-0.91566

Tabel 6. 2. Perhitungan GAP Kualitas Pelayanan Grooming

Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
BFG1	3.85897	4.71795	-0.8590
BFG2	3.4359	4.82051	-1.3846
BFG3	4.0641	4.64103	-0.5769
BFG4	3.33333	4.51282	-1.1795
BFG5	3.39744	4.75641	-1.3590
BFG6	3.10256	4.74359	-1.6410
BFG7	2.58974	4.74359	-2.1538
RG1	3.57692	4.79487	-1.2179
RG2	3.57692	4.78205	-1.2051
RG3	3.61538	4.80769	-1.1923
DTG1	3.79487	4.75641	-0.9615
DTG2	3.34615	4.79487	-1.4487
DTG3	3.28205	4.69231	-1.4103
JG1	3.85897	4.76923	-0.9103
JG2	3.87179	4.83333	-0.9615
JG3	4.16667	4.83333	-0.6667
JG4	3.02564	4.80769	-1.7821
EG1	3.58974	4.74359	-1.1538

Tabel 6.2. Lanjutan

Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
EG2	3.70513	4.78205	-1.0769
EG3	3.67949	4.85897	-1.1795
EG4	3.07692	4.85897	-1.7821
EG5	3.70513	4.78205	-1.0769

Tabel 6. 3. Perhitungan GAP Kualitas Pelayanan *Pet Hotel*

Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
BPFH1	4.30263	4.52632	-0.2237
BFPH2	3.42105	4.61842	-1.1974
BFPH3	3.59211	4.51316	-0.9211
BFPH4	4.31579	4.63158	-0.3158
BFPH5	4.64474	4.56579	0.07895
BFPH6	4.42105	4.52632	-0.1053
BFPH7	3.38158	4.60526	-1.2237
RPH1	4.09211	4.59211	-0.5000
RPH2	3.61842	4.65789	-1.0395
RPH3	4.27632	4.61842	-0.3421
DTPH1	3.92105	4.61842	-0.6974
DTPH2	3.57895	4.64474	-1.0658
DTPH3	4.25	4.53947	-0.2895
JPH1	3.27632	4.59211	-1.3158
JPH2	3.15789	4.63158	-1.4737
JPH3	3.81579	4.60526	-0.7895
EPH1	4.01316	4.52632	-0.5132
EPH2	3.92105	4.67105	-0.7500
EPH3	4.23684	4.65789	-0.4211
EPH4	3.46053	4.57895	-1.1184
EPH5	3.78947	4.65789	-0.8684
EPH6	4.07895	4.65789	-0.5789

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *gap*, dapat dilihat bahwa hampir seluruh atribut pelayanan jasa Pet Colony baik *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* memiliki nilai *gap* negatif yang artinya pelayanan jasa Pet Colony belum memenuhi harapan

responden atas persepsi saat ini yang dialami oleh responden. Namun ada 1 atribut pelayanan yang tidak memiliki *gap* atas harapan dan persepsi responden yaitu atribut pelayanan dengan kode atribut BFPS7 yaitu ketersediaan program member bagi pelanggan Pet Colony.

Nilai *gap* terbesar pada penilaian atribut pelayanan jasa *pet shop* Pet Colony yaitu pada kode atribut EPS2 dengan nilai sebesar -1.99398. Atribut EPS2 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi empati yaitu mengenai ketersediaan sarana penyampaian keluhan dan masukan bagi pelanggan. Sedangkan nilai *gap* terkecil pada penilaian atribut pelayanan jasa *pet shop* Pet Colony yaitu pada atribut BFPS4 dengan nilai sebesar -0.05422. Atribut BFPS4 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi bukti fisik yaitu mengenai karyawan toko yang sudah dapat berpakaian rapi dan bersih. Jika dilihat dari setiap dimensi kualitas jasa, maka dimensi kualitas jasa yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu dimensi empati dengan nilai rata-rata *gap* 5 sebesar -1.47992 dimana artinya pelayanan *pet shop* Pet Colony masih kurang memahami kebutuhan pelanggan. Pet Colony juga tidak memiliki jam operasional hingga malam hari dikarenakan menurut pemilik Pet Colony transaksi pembelian pada malam hari sangat sedikit sehingga biaya operasional akan membengkak. Pada pandangan beberapa pelanggan dimana beberapa responden merupakan wirausaha dan karyawan atau wiraswasta sangat perlu untuk *pet shop* memiliki jam operasional hingga malam hari. Hal ini diperlukan dikarenakan para pekerja kantoran rata-rata akan menyelesaikan pekerjaannya pada pukul 17.00 hingga 18.00, sehingga ketika pelanggan ingin berbelanja di *pet shop*, Pet Colony sudah tutup.

Pada pelayanan jasa *grooming*, nilai *gap* terbesar terdapat pada kode atribut BFG7 sebesar -2.1538. Atribut BFG7 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi bukti fisik yaitu ketersediaan kursi tunggu bagi pelanggan yang ingin menunggu proses *grooming*. Sedangkan pelayanan jasa *grooming* yang memiliki nilai *gap* terkecil terdapat pada kode atribut BFG3 sebesar -0.5769. Atribut BFG3 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi bukti fisik yaitu Pet Colony memiliki peralatan yang modern untuk pelayanan *grooming*. Jika dilihat dari setiap dimensi kualitas jasa, maka dimensi kualitas jasa yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu dimensi bukti fisik dengan nilai rata-rata *gap* 5 sebesar -1.3077 dimana artinya pelayanan *grooming* Pet Colony kurang memiliki fasilitas yang mampu menarik perhatian pelanggan. Pada kondisi nyata saat ini di Pet Colony, terdapat ruangan *grooming* yang terletak di dalam *pet shop*. Setiap ruangan *grooming* Pet

Colony baik ruangan mandi, pengeringan, maupun ruangan tunggu kebersihannya tidak dijaga dengan baik. Semua peralatan *grooming* tidak tertata dengan rapi baik ketika tidak ada pekerjaan *grooming* maupun saat pengerjaan *grooming*. Selain itu, beberapa pelanggan yang memberikan nilai tidak puas pada atribut mengenai papan petunjuk lokasi *grooming* mengeluhkan ketika pelanggan datang ke Pet Colony dan ingin melakukan proses *grooming* merasa bingung ketika akan melakukan proses pemesanan *grooming* dan memberikan hewan peliharaannya untuk dilakukan proses *grooming*. Hal ini terjadi dikarenakan lokasi pemesanan *grooming* terdapat di belakang *pet shop* Pet Colony dan tidak ada petunjuk untuk menuju lokasi *grooming*.

Pada pelayanan jasa *pet hotel*, nilai *gap* terbesar terdapat pada kode atribut JPH2 sebesar -1.4737. Atribut JPH2 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi jaminan yaitu kesejahteraan hewan terjamin selama di Pet Colony. Sedangkan pelayanan jasa *pet hotel* yang memiliki nilai *gap* terkecil terdapat pada kode atribut BFPH5 sebesar -0.07895. Atribut BFPH5 merupakan atribut pelayanan jasa pada dimensi bukti fisik yaitu Pet Colony memiliki halaman yang luas untuk hewan bermain. Jika dilihat dari setiap dimensi kualitas jasa, maka dimensi kualitas jasa yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu dimensi jaminan dengan nilai rata-rata *gap* 5 sebesar -1.193 dimana artinya pelayanan *pet hotel* Pet Colony kurang memberikan rasa kepercayaan pada pelanggan Pet Colony. Hal ini banyak dirasakan oleh pelanggan Pet Colony yang memberikan nilai tidak puas pada persepsi saat ini pada dimensi jaminan dikarenakan pada pengalaman responden pernah menitipkan hewan peliharaan di Pet Colony selama beberapa hari, hewan peliharaan menjadi kutuan, menjadi lebih kurus dari sebelumnya dan beberapa kendala lainnya.

6.3. Pengolahan Data Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* ini menggunakan data persepsi responden saat ini dan data tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan baik *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* yang sudah ditabulasikan sebelumnya. Pengolahan data pada metode ini diperlukan untuk mengetahui persebaran atribut pelayanan jasa pada setiap kuadran yang nantinya tergambar pada *Importance Performance Matrix*. Pengolahan data dengan metode IPA menghasilkan atribut pelayanan jasa yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki atau ditingkatkan kualitas pelayanan

jasanya. Sebelum membuat *Importance Performance Matrix*, dihitung nilai rata-rata dari nilai persepsi saat ini dan tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan jasa menurut responden. Total nilai rata-rata dari nilai persepsi dan total nilai rata-rata dari nilai tingkat kepentingan digunakan untuk membuat sumbu x dan sumbu y diagram kartesius pada *Importance Performance Matrix*. Sumbu x menggambarkan nilai persepsi saat ini dan sumbu y menggambarkan nilai tingkat kepentingan atribut pelayanan jasa. Hasil nilai rata-rata persepsi saat ini dan nilai tingkat kepentingan atribut pelayanan jasa *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Tabel 6.4. hingga Tabel 6.6.

Tabel 6. 4. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan *Pet Shop*

Atribut	Persepsi	Tingkat Kepentingan
BFPS1	4.4759	4.4699
BFPS2	4.5241	4.3072
BFPS3	4.5000	4.3133
BFPS4	4.4699	4.3012
BFPS5	4.4759	4.3373
BFPS6	4.4880	4.4337
BFPS7	4.4217	4.3675
BFPS8	4.4819	4.3855
RPS1	4.4880	4.4639
RPS2	4.4880	4.3735
RPS3	4.5181	4.3735
DTPS1	4.5301	4.4217
DTPS2	4.5181	4.4277
DTPS3	4.4819	4.3313
JPS1	4.5422	4.4337
JPS2	4.5361	4.4337
JPS3	4.5241	4.3313
JPS4	4.4880	4.3855
EPS1	4.5241	4.4337
EPS2	4.5663	4.4277
EPS3	4.4880	4.4398
Rata-Rata	4.5014	4.3901

Tabel 6. 5. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan *Grooming*

Atribut	Persepsi	Tingkat Kepentingan
BFG1	3.8590	4.2179
BFG2	3.4359	4.1154
BFG3	4.0641	4.3333
BFG4	3.3333	4.2564
BFG5	3.3974	4.2436
BFG6	3.1026	4.2179
BFG7	2.5897	4.4231
RG1	3.5769	4.4103
RG2	3.5769	4.4487
RG3	3.6154	4.4487
DTG1	3.7949	4.5000
DTG2	3.3462	4.5385
DTG3	3.2821	4.4744
JG1	3.8590	4.4359
JG2	3.8718	4.4487
JG3	4.1667	4.4872
JG4	3.0256	4.2949
EG1	3.5897	4.1538
EG2	3.7051	4.3333
EG3	3.6795	4.2436
EG4	3.0769	4.4103
EG5	3.7051	4.3077
Rata-Rata	3.5140	4.3584

Tabel 6. 6. Perhitungan Nilai Persepsi dan Tingkat Kepentingan *Pet Hotel*

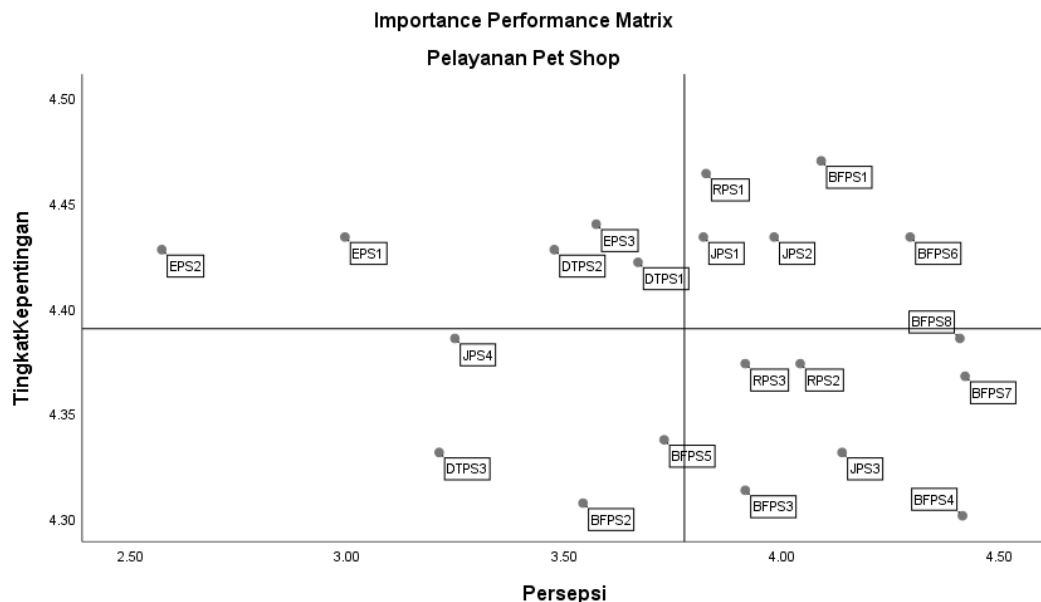
Atribut	Persepsi	Tingkat Kepentingan
BPFH1	4.3026	4.0132
BFPH2	3.4211	4.0789
BFPH3	3.5921	4.2632
BFPH4	4.3158	4.2632
BFPH5	4.6447	4.1184

Tabel 6.7. Lanjutan

Atribut	Persepsi	Tingkat Kepentingan
BFPH6	4.4211	4.1316
BFPH7	3.3816	4.0395
RPH1	4.0921	4.3026
RPH2	3.6184	4.3553
RPH3	4.2763	4.3289
DTPH1	3.9211	4.3026
DTPH2	3.5789	4.3289
DTPH3	4.2500	4.2895
JPH1	3.2763	4.4079
JPH2	3.1579	4.4474
JPH3	3.8158	4.4474
EPH1	4.0132	4.1974
EPH2	3.9211	4.3421
EPH3	4.2368	4.1316
EPH4	3.4605	4.2237
EPH5	3.7895	4.2632
EPH6	4.0789	4.1711
Rata-Rata	3.8697	4.2588

Berdasarkan data pada Tabel 6.4. hingga Tabel 6.6. maka dapat dibuat *Importance Performance Matrix*. Setelah *Importance Performance Matrix* dibuat, maka dapat diketahui atribut mana saja yang perlu untuk diprioritaskan oleh pemilik Pet Colony untuk mendapatkan perbaikan atau ditingkatkan kualitasnya. Atribut yang perlu diprioritaskan ini terdapat pada kuadran A pada diagram kartesius dimana atribut pelayanan dianggap penting oleh responden namun saat ini belum memiliki kualitas pelayanan yang memuaskan. Atribut yang terletak pada kuadran B berarti atribut pelayanan jasa dianggap penting oleh responden dan sebanding dengan performansi pelayanan jasa saat ini yang memuaskan. Atribut yang terletak pada kuadran C berarti atribut pelayanan jasa dianggap tidak terlalu penting oleh responden dan tidak memiliki performansi yang memuaskan. Meskipun demikian, atribut pelayanan jasa yang terletak pada kuadran C ini tidak menjadi prioritas perbaikan oleh perusahaan. Atribut pelayanan jasa yang terletak

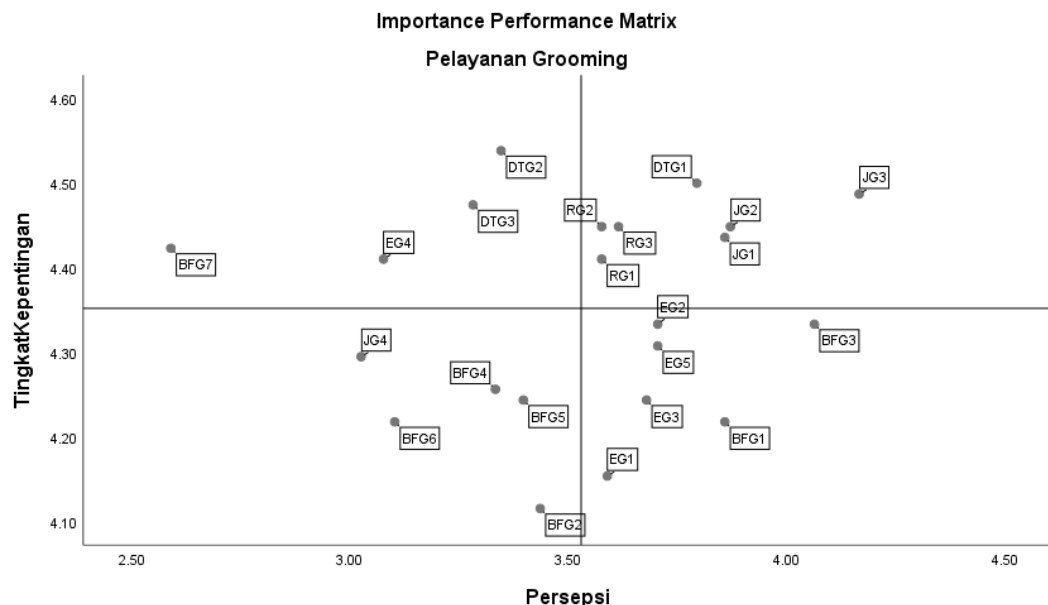
pada kuadran D merupakan atribut pelayanan jasa yang tidak dianggap penting oleh responden namun memiliki performansi yang memuaskan harapan responden. *Importance Performance Matrix* pelayanan jasa *pet shop*, *grooming* dan *pet hotel* dapat dilihat pada Gambar 6.4, Gambar 6.5., dan Gambar 6.6.



Gambar 6. 4. Matriks IPA *Pet Shop*

Dilihat dari Gambar 6.4. terdapat 5 atribut pelayanan jasa *pet shop* yang termasuk dalam kuadran A yaitu *pet shop* memiliki jam operasional hingga malam hari (EPS1), terdapat sarana untuk menyampaikan keluhan dan masukan (EPS2), karyawan melayani tanpa ada pembedaan status sosial (EPS3), karyawan bersedia membantu pelanggan mencari barang yang dibutuhkan (DTSP1) dan karyawan memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dijual (DTSP2). Terdapat 5 atribut pelayanan jasa yang termasuk dalam kuadran B yaitu Pet Colony memiliki ruangan yang bersih dan rapi (BFPS1), ketersediaan dan kelengkapan barang yang dijual (BFPS6), kesesuaian pembayaran dengan harga yang tertera di label (RPS1), kondisi barang yang dijual dalam keadaan baik (JPS1), dan karyawan bersikap sopan, sabar dan ramah melayani pelanggan (JPS2). Pada kuadran C terdapat 4 atribut pelayanan jasa *pet shop* antara lain Pet Colony memiliki tempat parkir yang nyaman dan luas (BFPS2), harga dan keterangan barang yang dijual tertera dengan jelas (BFPS5), petugas kasir melakukan transaksi dengan cepat (DTSP3) dan karyawan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelanggan (JPS4). Pada kuadran D terdapat 7 atribut pelayanan jasa *pet shop* antara lain suhu ruangan di dalam *pet shop* tidak

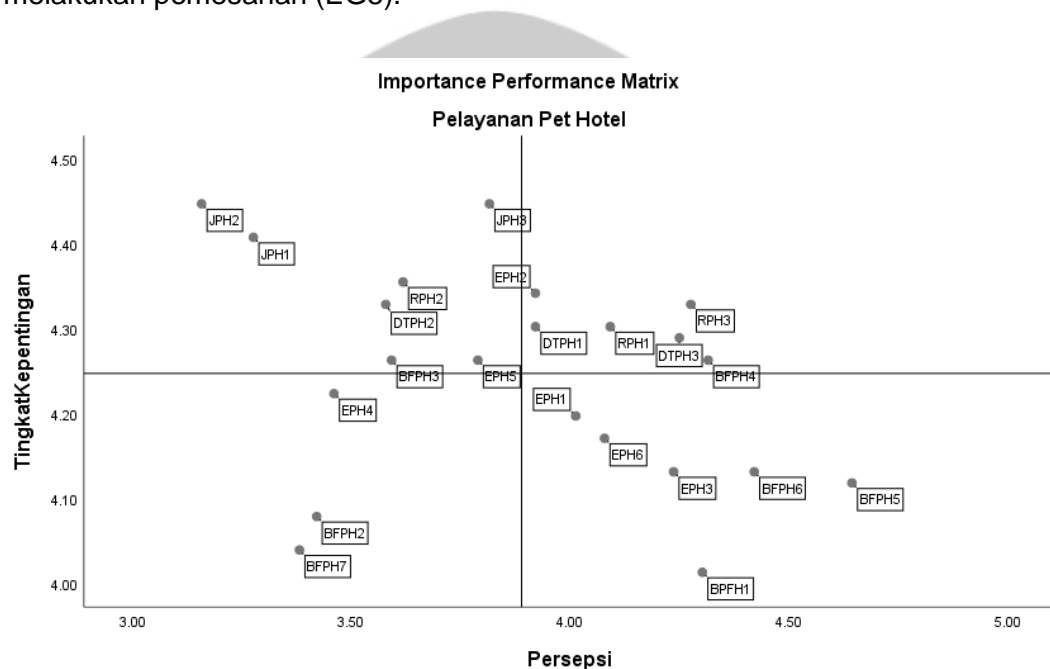
terlalu panas dan tidak terlalu dingin (BFPS3), karyawan berpenampilan rapi dan bersih (BFPS4), tersedia program member bagi pelanggan Pet Colony (BFPS7), produk yang dijual tertata dengan baik dan rapi (BFPS8), Pet Colony memberikan produk promo sesuai yang ditawarkan (RPS2), karyawan dapat menangani keluhan pelanggan (RPS3), dan Pet Colony bersedia memberikan ganti rugi jika ditemukan cacat pada barang (JPS3).



Gambar 6. 5. Matriks IPA *Grooming*

Dilihat dari Gambar 6.5. terdapat 4 atribut pelayanan jasa *grooming* yang termasuk dalam kuadran A yaitu tersedia kursi tunggu bagi pelanggan yang ingin menunggu (BFG7), karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTG2), karyawan memberikan nomor antrian kepada pelanggan (DTG3), dan adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran (EG4). Terdapat 7 atribut pelayanan jasa yang termasuk dalam kuadran B yaitu karyawan menyelesaikan *grooming* tepat waktu (RG1), karyawan mampu menangani keluhan pelanggan (RG2), karyawan memberikan pelayanan *grooming* sesuai yang dijanjikan (RG3), karyawan memberikan informasi mengenai waktu penyelesaian waktu *grooming* (DTG1), keamanan hewan selama berada di Pet Colony (JG1), keselamatan hewan terjamin selama berada di Pet Colony (JG2) dan karyawan memiliki keahlian dalam melakukan *grooming* (JG3). Pada kuadran C terdapat 5 atribut pelayanan jasa *grooming* antara lain ruangan *grooming* bersih dan tertata rapi (BFG2), karyawan menggunakan seragam *grooming* (BFG4), Pet Colony memiliki kandang yang memadai sebagai tempat setelah *grooming* (BFG5), terdapat papan

petunjuk lokasi *grooming* yang strategis dan terlihat pelanggan (BFG6) dan karyawan memberikan bukti foto atau video hasil pelayanan *grooming* (JG4). Pada kuadran D terdapat 6 atribut pelayanan jasa *grooming* antara lain Pet Colony memiliki ruangan *grooming* yang memadai (BFG1), Pet Colony memiliki peralatan yang modern (BFG3), karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan (EG1), karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan (EG2), karyawan melayani tanpa memandang ras hewan (EG3), dan adanya kemudahan pada saat melakukan pemesanan (EG5).



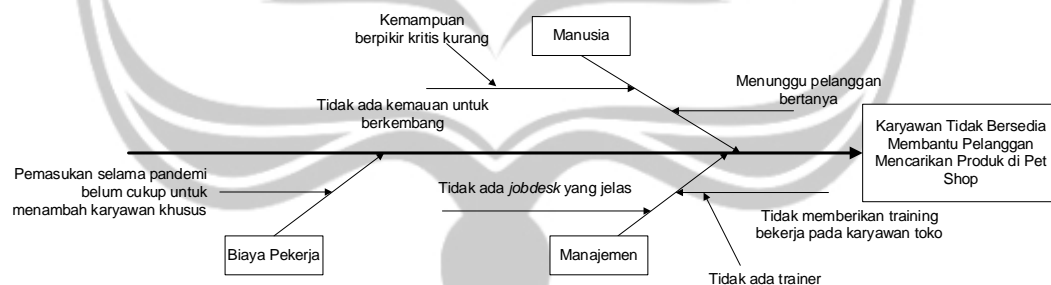
Gambar 6. 6. Matriks IPA Pet Hotel

Dilihat dari Gambar 6.6. terdapat 7 atribut pelayanan jasa *pet hotel* yang termasuk dalam kuadran A yaitu bagian *pet hotel* memiliki peralatan kebersihan yang memadai (BFPH3), karyawan mampu menangani keluhan pelanggan (RPH2), karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTPH2), kesehatan hewan terjamin selama di Pet Colony (JPH1), kesejahteraan hewan terjamin selama di Pet Colony (JPH2), karyawan mampu menghandle hewan pada saat hewan tidak berada di kandang (JPH3) dan adanya kemudahan saat melakukan pemesanan (EPH5). Terdapat 6 atribut pelayanan jasa yang termasuk dalam kuadran B yaitu tersedia fasilitas tempat minum dan makan yang cukup untuk hewan yang ditiptkan (BFPH4), fasilitas yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan (RPH1), karyawan memberikan pelayanan kepada hewan hingga waktu yang disepakati (RPH3), karyawan memberikan informasi penitipan dengan

kelas (DTPH1), karyawan bersedia membantu memilihkan kamar bagi pelanggan (DTPH3), dan karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan (EPH2). Pada kuadran C terdapat 3 atribut pelayanan jasa *pet hotel* antara lain kamar hotel bersih dan tidak bau (BFPH2), halaman bermain selalu bersih dari kotoran hewan (BFPH7), dan adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran (EPH4). Pada kuadran D terdapat 6 atribut pelayanan jasa *pet hotel* antara lain Pet Colony memiliki kamar hotel yang memadai (BFPH1), *pet hotel* di Pet Colony memiliki halaman yang luas untuk bermain (BFPH5), penampilan karyawan sopan dan rapi (BFPH6), karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan (EPH1), karyawan melayani tanpa memandang ras hewan (EPH3), dan adanya kesadaran karyawan untuk meminta maaf jika melakukan kesalahan (EPH6).

6.4. Analisis Permasalahan Dengan Metode *Fishbone Diagram*

Pada metode ini menggunakan hasil pengolahan data pada metode IPA yaitu data prioritas atribut pelayanan jasa. Metode *fishbone diagram* digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah dan faktor-faktor penyebab yang menimbulkan suatu permasalahan dalam bentuk grafis seperti tulang ikan. Selanjutnya merumuskan usulan-usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan setiap atribut pelayanan jasa di Pet Colony.



Gambar 6. 7. *Fishbone Diagram* DTPS1

Berdasarkan Gambar 6.7. dapat dilihat terdapat semua penyebab karyawan tidak bersedia membantu pelanggan dengan responsif. Dalam hal ini dimaksudkan adalah membantu pelanggan untuk mencari produk yang dibutuhkan pelanggan atau melayani pelanggan ketika pelanggan berada di dalam area *pet shop*. Faktor penyebab terjadinya masalah tersebut yaitu manusia, manajemen dan biaya pekerja. Manusia yang dimaksudkan disini adalah karyawan. Karyawan toko akan menunggu di lokasi kasir ketika tidak ada konsumen yang datang. Begitu konsumen datang, karyawan toko tidak langsung untuk berdiri dan

menyambut serta menanyakan keperluan konsumen sebelum konsumen datang ke meja kasir untuk meminta tolong. Hal ini terjadi dikarenakan karyawan toko hanya ada 2 yang selalu berada di dalam toko yaitu kasir dan karyawan biasa. Kepala toko memiliki tugas rangkap lainnya seperti mengurus pesanan partai untuk *shelter*, mengurus stok di gudang, dan akan mengerjakan bagian *grooming* ketika kepala *grooming* dan *pet hotel* mengambil hari libur.

Pemilik Pet Colony sendiri menjelaskan bahwa karyawan tidak ada kemauan untuk belajar bagaimana menjadi *salesperson*. Hal ini menjadi wajar bagi pemilik Pet Colony dikarenakan karyawan toko hanya lulusan SD saja dan hanya akan mengerjakan pekerjaan yang disuruh oleh pemilik Pet Colony. Selain itu, pemilik juga menjelaskan meskipun permasalahan mengenai karyawan ini menjadi suatu masalah utama di Pet Colony, namun belum dapat diselesaikan secara langsung. Hal ini terjadi karena pemasukan pada saat ini belum dapat mencukupi untuk melakukan perekrutan karyawan yang memiliki kualifikasi yang cukup tinggi.

Pemilik Pet Colony mengatakan memang tidak memberikan pelatihan kepada karyawan toko dikarenakan tidak ada pelatih khusus yang dapat memberikan pelatihan tersebut. Pemilik Pet Colony beranggapan bahwa hal tersebut akan menjadi kebiasaan tersendiri seorang *salesperson*, namun di Pet Colony belum ada karyawan khusus yang menjadi *salesperson* dikarenakan pada kondisi saat ini atau kondisi pandemi tidak mendukung untuk menambah karyawan dalam aspek keuangan untuk menggaji pekerja. Pemilik Pet Colony sendiri tidak memberikan arahan yang jelas mengenai *jobdesk* yang harus dikerjakan kepada karyawan toko sehingga karyawan toko hanya akan mengikuti perintah dari kepala toko.

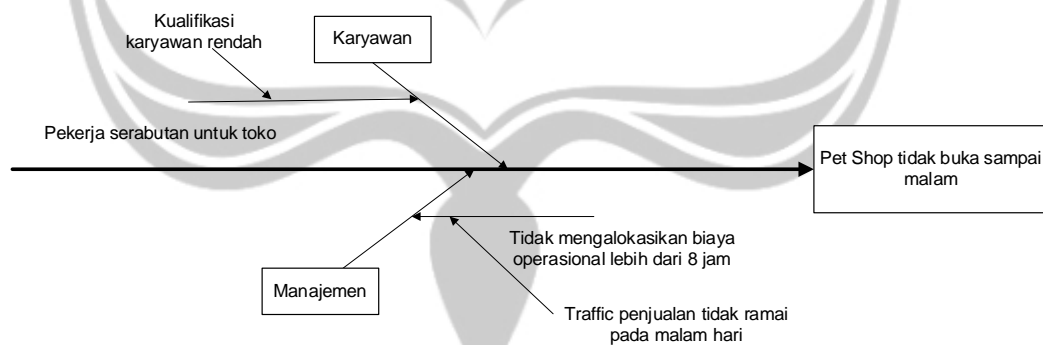


Gambar 6. 8. Fishbone Diagram DTPS2

Berdasarkan Gambar 6.8. dapat dilihat penyebab karyawan tidak memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang *dijual*. Faktor yang menjadi penyebab

masalah ini adalah *supplier* dan manusia. *Supplier* Pet Colony adalah The Best Aquarium and pet supply. Dari pihak *supplier* sendiri tidak memberikan *training* produk pada karyawan Pet Colony. *Training* produk biasanya akan langsung dilakukan oleh pihak *marketing* dan *sales* dari perusahaan penghasil *dog food* atau *cat food*. Selain itu jika dilihat dari sisi lain, pihak *supplier* sudah memberikan brosur mengenai produk yang dijual yang dirasa cukup untuk menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan.

Jika dilihat dari faktor karyawan maka dapat dijelaskan bahwa hanya kepala toko yang menguasai mengenai produk yang dijual di Pet Colony sedangkan karyawan biasa akan selalu bertanya kepada kepala toko. Karyawan di bidang kasir mengakui hanya mengetahui beberapa produk saja dikarenakan tidak ada waktu untuk belajar semua produk. Selain itu, jika dilihat dari latar belakang pendidikan karyawan Pet Colony, karyawan toko hanya lulusan SD, dan kepala toko hanya lulusan SMP dimana hal itu menjadi wajar bagi pemilik Pet Colony dikarenakan pengetahuan yang dimiliki tidak akan sebaik orang berpendidikan tinggi. Kepala toko dapat menguasai hampir seluruh produk dikarenakan kepala toko sudah bekerja di Pet Colony selama 15 tahun dengan sistem kontrak kerja dengan pemilik Pet Colony sedangkan karyawan lainnya tidak ada kontrak kerja dengan pemilik Pet Colony.

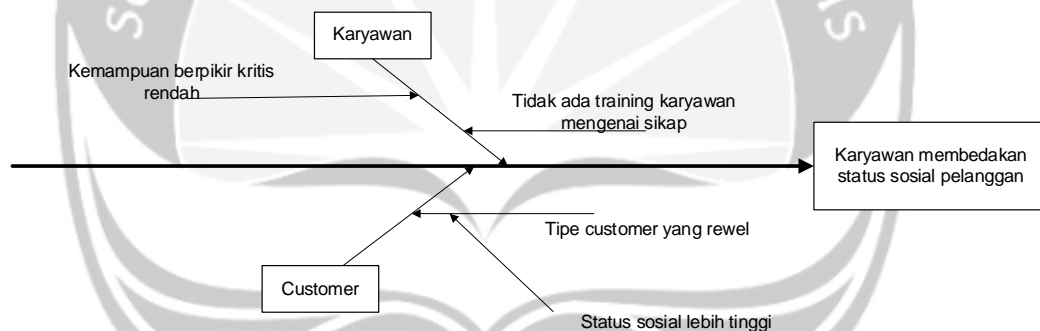


Gambar 6. 9. Fishbone Diagram EPS1

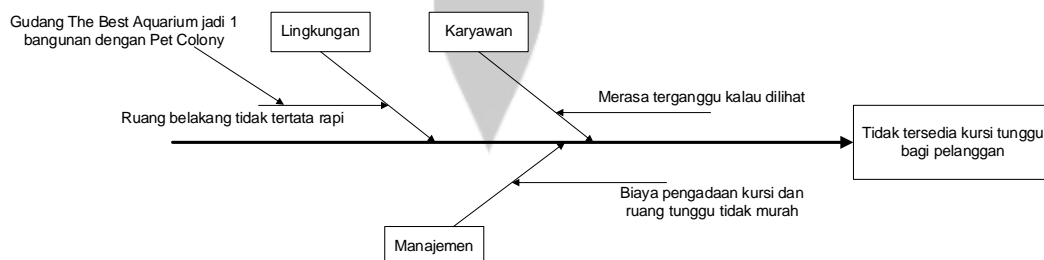
Berdasarkan Gambar 6.9. dapat dilihat penyebab *pet shop* tidak memiliki jam operasional hingga malam hari. Faktor penyebab masalah ini yaitu dari pihak manajemen dan karyawan. Karyawan Pet Colony merupakan karyawan serabutan untuk toko. Saat jam tutup toko karyawan memiliki jadwal piket masing-masing untuk membersihkan ruangan yang ada di Pet Colony. Pada saat diterima kerja di Pet Colony tidak diperlukan ijazah untuk bekerja namun mau juga untuk membantu

kebersihan dan perawatan bangunan Pet Colony. Pihak manajemen pun juga tidak mengalokasikan biaya operasional lebih dari 8 jam dikarenakan *traffic* penjualan tidak banyak di malam hari. Pemilik toko juga merasa bahwa karyawan sudah lelah bekerja seharian sehingga memberikan waktu istirahat pada malam hari.

Berdasarkan Gambar 6.10. dapat dilihat penyebab karyawan toko membedakan status sosial pelanggan. Faktor penyebab terjadinya masalah adalah pihak karyawan dan pihak pelanggan. Perlakuan karyawan akan berbeda-beda tergantung tipe *customer* yang datang. Apabila pelanggan lama yang memiliki sifat rewel, maka karyawan akan sebegitu rupa memberikan pelayanan yang terbaik untuk *customer*. Sedangkan *customer* baru akan dilayani oleh karyawan sama seperti dengan kasus pada Gambar 6.7 dimana karyawan akan melayani ketika *customer* datang untuk meminta tolong atau bertanya kepada karyawan. Hal ini disampaikan dari pihak karyawan bahwa tipe *customer* yang datang terkadang juga bergantung pada status sosialnya sehingga perlakuan yang diberikan juga harus berbeda.



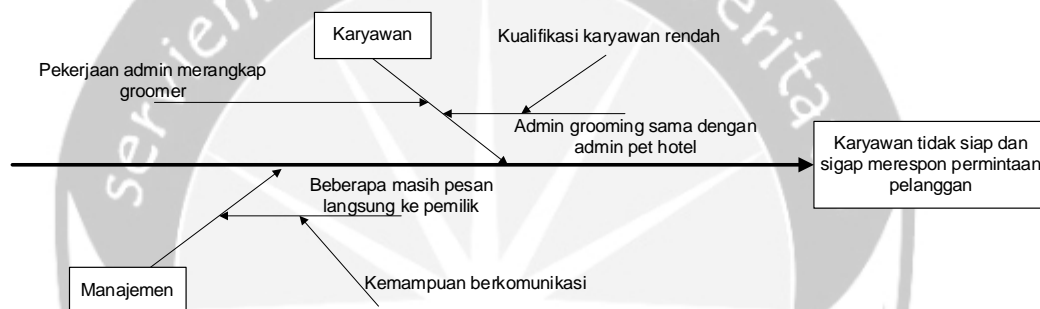
Gambar 6. 10. Fishbone Diagram EPS3



Gambar 6. 11. Fishbone Diagram BFG7

Berdasarkan Gambar 6.11. dapat dilihat penyebab tidak tersedianya kursi tunggu bagi pelanggan *grooming*. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya masalah ini antara lain pihak manajemen, karyawan dan lingkungan Pet Colony.

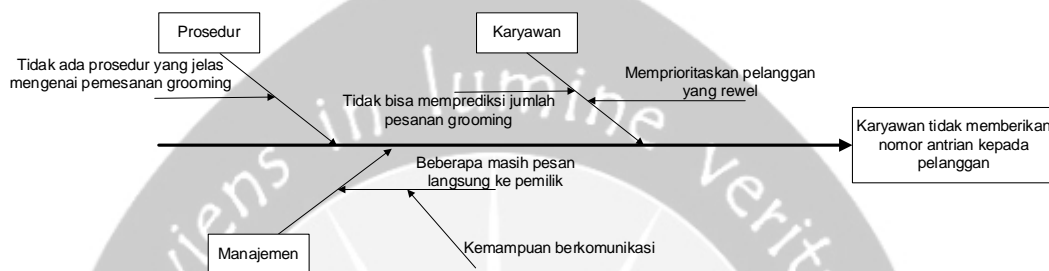
Karyawan merasa terganggu jika pelanggan menunggu ketika sedang mengerjakan sesuatu. Rasanya akan terburu-buru atau banyak permintaan dari pelanggan jika dilihat dan ditunggu langsung oleh pelanggan. Sedangkan dari faktor lingkungan, area tengah hingga belakang masih banyak barang atau produk tidak tertata dengan rapi dikarenakan area tersebut digunakan oleh pegawai gudang. Gudang ini merupakan gudang milik The Best Aquarium *and pet supply*. Penyebab dari faktor manajemen ialah biaya pengadaan kursi tunggu. Pemilik Pet Colony mengatakan bahwa rencana untuk mengadakan ruang tunggu dengan konsep kantin kecil sudah ada sejak bulan Januari 2021, namun belum terealisasi hingga saat ini. Biaya untuk pengadaan kursi dan pengosongan tempat tidaklah murah. Selain itu, pemilik Pet Colony masih mencari pihak ketiga yang ingin berjualan di kantin Pet Colony nantinya.



Gambar 6. 12. Fishbone Diagram DTG2

Berdasarkan Gambar 6.12. dapat dilihat penyebab karyawan tidak siap dan sigap merespon permintaan pelanggan *grooming*. Ada 2 faktor yang menjadi penyebab masalah ini yaitu karyawan dan manajemen. Ada beberapa *customer* yang masih melakukan pemesanan langsung kepada pemilik dimana pemilik akan meneruskan ke grup *Whatsapp* sehingga dapat masuk *list* pengerjaan *grooming* harian. Hal ini terjadi dikarenakan kemampuan berkomunikasi dan menjadlin relasi kepada pelanggan yang dijalin oleh pemilik Pet Colony. Faktor karyawan yang mempengaruhi yang paling utama adalah admin pemesanan *grooming*. Admin pemesanan *grooming* adalah orang yang sama dengan admin pemesanan *pet hotel*. Selain itu pekerjaan admin juga masih merangkap mengurus pekerjaan sebagai *groomer*. Ketika kepala *pet shop* sedang mengambil hari libur maka pekerjaan kepala *grooming* sekaligus juga akan merangkap pekerjaan kepala *pet shop* sementara, admin dan *groomer*.

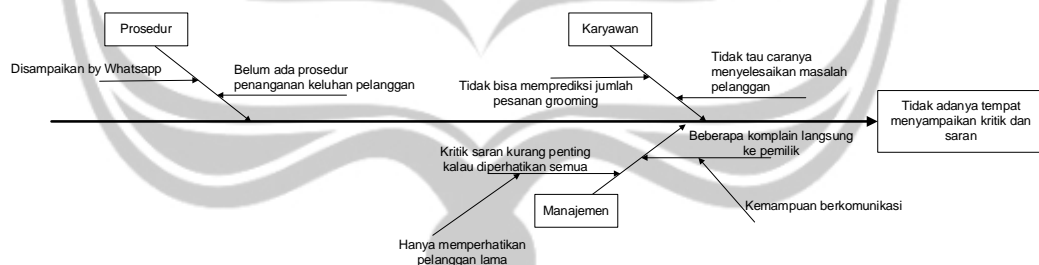
Selain itu, penulis juga pernah melakukan *ghost shopping* di mana penulis berperan sebagai konsumen *grooming* baru yang melakukan pemesanan langsung melalui nomor *Whatsapp* admin *grooming*. Respon yang didapatkan memang tidak cepat dan tidak responsif. Pemilik Pet Colony juga mengakui bahwa hal ini terjadi karena Mbak Titi selaku kepala *grooming* melakukan pekerjaan yang sangat banyak sehingga terkadang juga akan sangat jarang menggunakan *handphone*.



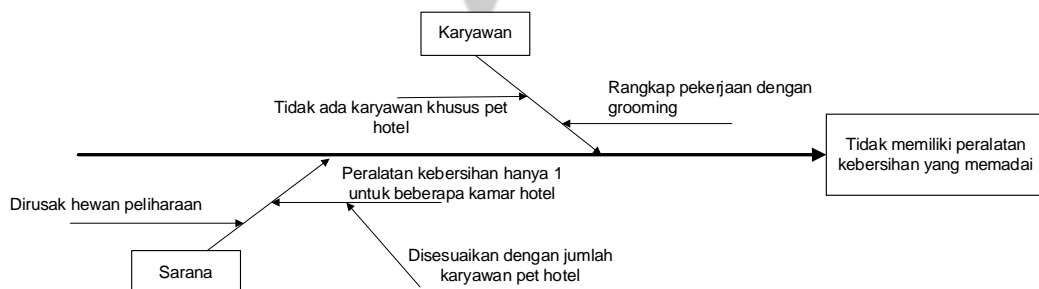
Gambar 6. 13. Fishbone Diagram DTG3

Pada Gambar 6.13. dapat dilihat faktor penyebab terjadinya masalah karyawan tidak memberikan nomor antrian kepada pelanggan yaitu karyawan, prosedur dan manajemen. Pada kondisi aktual saat ini kepala *grooming* akan lebih memprioritaskan pelanggan yang rewel atau memiliki banyak permintaan dan tidak mau mengalah. Selain itu kepala *grooming* juga tidak dapat memprediksi jumlah pesanan *grooming* harian yang dapat masuk. Kuota *grooming* harian masih dapat diterima hingga karyawan merasa tidak mampu untuk mengerjakan pada hari yang sama. Misalnya saja untuk jenis anjing besar, maka kuota maksimal adalah 10 anjing besar per hari. Namun kepala *grooming* menjelaskan tidak bisa memprediksi dengan tepat jenis hewan apa saja yang akan melakukan *grooming* harian sehingga tetap memprioritaskan pelanggan yang rewel terlebih dahulu. Pada pihak manajemen, masih banyak pemesanan masuk langsung ke pemilik dan kemudian diteruskan kepada kepala *grooming*. Hal ini terjadi dikarenakan banyak pelanggan yang lebih mudah berkomunikasi dengan pemilik Pet Colony. Selain itu, tidak ada prosedur yang jelas mengenai pemesanan *grooming* sehingga tidak dapat dilihat dengan jelas pelanggan yang melakukan pemesanan terlebih dahulu dan yang terakhir. Akibatnya jumlah antrian yang terjadi tidak jelas untuk disampaikan kepada pelanggan.

Berdasarkan Gambar 6.14. dapat dilihat penyebab tidak adanya tempat untuk menyampaikan kritik dan saran bagi pelanggan Pet Colony. Faktor tersebut antara lain manajemen, sarana, dan karyawan. Ketika karyawan menerima kritik langsung dari pelanggan, karyawan akan kebingungan menyelesaikan masalah pelanggan. Karyawan hanya akan memberikan permohonan maaf kepada pelanggan yang mengalami keluhan yang tidak dapat diselesaikan oleh karyawan. Pemilik Pet Colony juga mengatakan bahwa selama ini komplain mengenai pelayanan *grooming* langsung masuk kepada *Whatsapp* pemilik Pet Colony. Tidak hanya itu saja, ketika ada komplain mengenai produk pet shop beberapa akan komplain langsung kepada pemilik Pet Colony. Mengenai beberapa komplain yang masuk, yang langsung dapat ditangani dan diselesaikan maka akan diselesaikan saat itu juga bergantung pada tipe konsumen. Tindakan nyata dari hal ini dapat berupa ketika pelanggan mengeluhkan adanya produk makanan yang terdapat belatung, maka pemilik Pet Colony akan segera memberi produk pengganti kepada pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dikarenakan produk tersebut dapat dikembalikan kepada *supplier*. Selain itu, pemilik menganggap bahwa kritik dan saran kurang penting sehingga tidak disediakan media untuk pelanggan memberikan kritik dan saran. Hal ini terjadi dikarenakan pemilik Pet Colony berkata bahwa akan memperhatikan dan mempertahankan pelanggan lamanya.

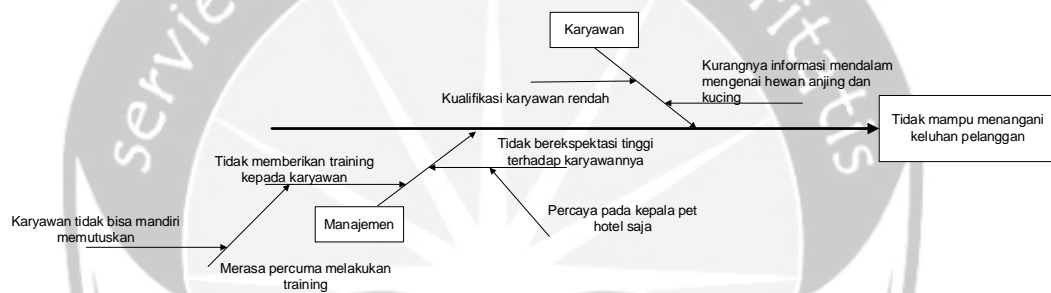


Gambar 6. 14. Fishbone Diagram EPS2 dan EG4



Gambar 6. 15. Fishbone Diagram BFPH3

Berdasarkan Gambar 6.15. dapat dilihat penyebab dari masalah bidang pelayanan *pet hotel* dimana Pet Colony tidak memiliki peralatan kebersihan yang memadai. Hal ini dapat terjadi dikarenakan tidak ada karyawan khusus *pet hotel* yang dapat melakukan pekerjaan membersihkan *pet hotel* setiap harinya. Karyawan *pet hotel* adalah karyawan yang bekerja di bagian *grooming* setiap harinya. Pekerjaan mengenai *pet hotel* akan dilakukan sebelum dan sesudah Pet Colony tutup pada jam 18.00 WIB. Sedangkan sarana yang dimiliki seperti sapu panjang, tongkat pel, dan beberapa peralatan kebersihan lainnya kondisinya kurang baik tetapi masih dapat digunakan. Hal ini terjadi karena alat kebersihan tersebut dirusak oleh hewan peliharaan yang ditiptkan sehingga akan menambah biaya operasional pet hotel jika setiap rusak sedikit akan membeli peralatan kebersihan yang baru. Peralatan kebersihan pun jumlahnya disesuaikan dengan karyawan yang berada di Pet Colony.

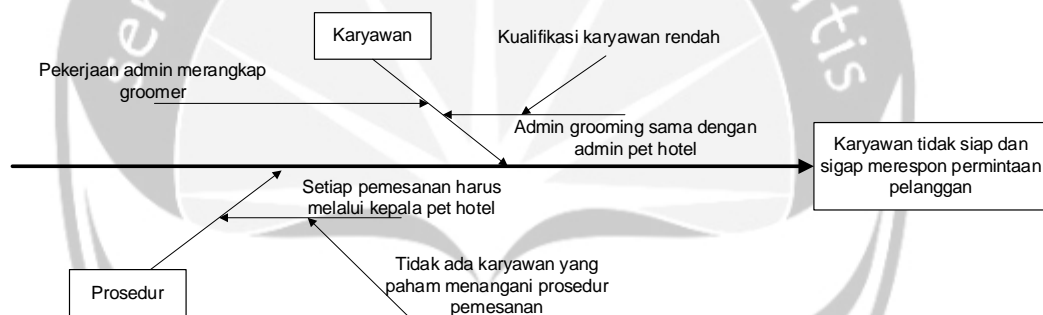


Gambar 6. 16. Fishbone Diagram RPH2

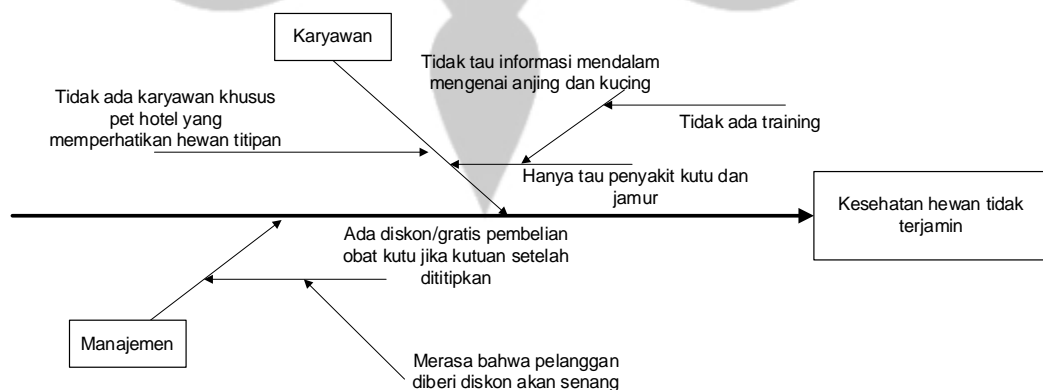
Berdasarkan Gambar 6.16. dapat dilihat faktor yang mempengaruhi terjadinya permasalahan karyawan tidak mampu menangani keluhan pelanggan. Faktor tersebut antara lain karyawan dan manajemen. Karyawan tidak memiliki banyak informasi yang mendalam bagaimana menangani hewan anjing dan kucing jika terjadi permasalahan pada mereka. Hal yang biasa dikeluhkan oleh pelanggan adalah hewan yang menjadi trauma setelah melakukan *grooming* di Pet Colony. Permasalahan ini dapat terjadi karena hewan tidak biasa dengan *blower* namun tetap dipaksa oleh karyawan *grooming* agar pekerjaan dapat cepat selesai. Pihak manajemen sendiri tidak memberikan *training* kepada karyawan mengenai penyelesaian masalah kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan pemilik Pet Colony merasa percuma melakukan *training* tersebut karena karyawan Pet Colony memiliki tipikal keras kepala dan susah untuk diatur serta tidak dapat mandiri menyelesaikan masalah dan memutuskan solusinya. Pemilik Pet Colony sendiri tidak banyak berekspektasi tinggi kepada karyawannya. Pemilik Pet Colony sadar

bahwa karyawannya hanya lulusan SD dan SMP yang tidak dapat dipaksa kerja dengan sistem yang lebih baik. Maka dari itu pemilik Pet Colony percaya pada kepala *grooming* dan *pet hotel* untuk meng-*handle* para rekannya.

Pada Gambar 6.17. dapat dilihat bahwa ada 2 faktor yang menjadi penyebab terjadinya permasalahan karyawan tidak siap dan sigap merespon permintaan pelanggan. Seperti pada penjelasan Gambar 6.12. bahwa pekerja admin *grooming* sama dengan admin *pet hotel*. Mbak Titi selaku kepala *grooming* yang sekaligus menjadi admin ini mengatakan bahwa dirinya terlalu banyak *handle* pekerjaan sehingga terkadang bingung untuk manajemen pekerjaan yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Selain itu Mbak Titi juga merangkap pekerjaan sebagai *groomer*, sehingga terkadang ketika pekerjaan *grooming* sedang penuh atau ramai, maka tidak ada waktu untuk menggunakan *handphone* admin. Prosedur pemesanan *pet hotel* pun semuanya harus melalui Mbak Titi dikarenakan karyawan lainnya tidak ada yang paham mengenai pemesanan *pet hotel* di Pet Colony.



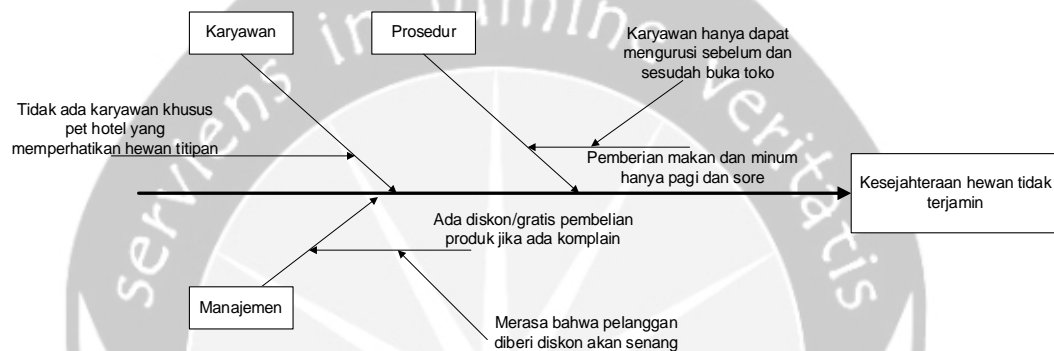
Gambar 6. 17. Fishbone Diagram DTPH2



Gambar 6. 18. Fishbone Diagram JPH1

Pada Gambar 6.18. dapat dilihat ada 2 faktor yang mempengaruhi kesehatan hewan tidak terjamin apabila dititipkan di Pet Colony. Faktor tersebut antara lain

karyawan dan manajemen. Tidak ada karyawan khusus yang mengurus dan memperhatikan hewan titipan di area belakang. Selain itu karyawan mengaku hanya memahami perihal kutu anjing, kucing dan penyakit jamur. Selain penyakit itu, maka akan ditangani seperti penyakit biasa. Hal ini terjadi dikarenakan tidak ada *training* mengenai penanganan hewan peliharaan khususnya anjing dan kucing. Penyebab lainnya, pemilik Pet Colony sendiri merasa jika ada masalah terjadi seperti hewan menjadi kutuan setelah dititipkan di Pet Colony, maka Pet Colony sendiri langsung memberi diskon atau gratis pembelian obat kutu. Kebiasaan pemilik inilah yang mengakibatkan kesehatan hewan bukan menjadi suatu hal yang penting ketika dititipkan di Pet Colony.

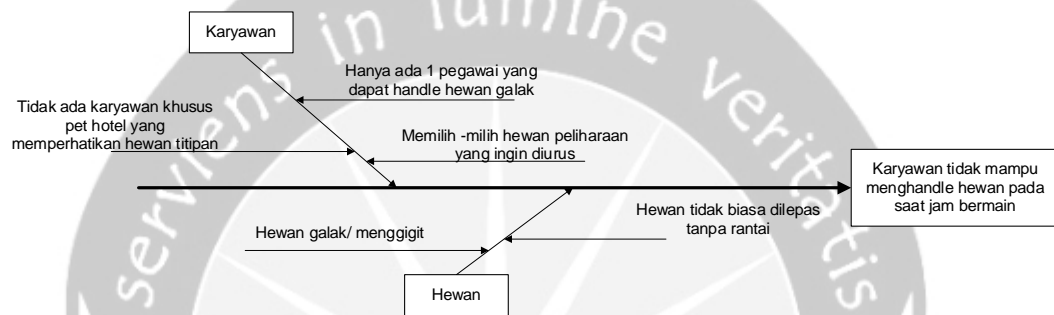


Gambar 6. 19. Fishbone Diagram JPH2

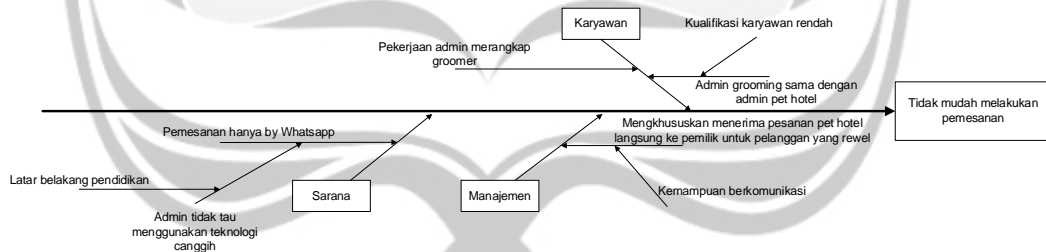
Pada Gambar 6.19. dapat dilihat ada beberapa penyebab kesejahteraan hewan tidak terjamin apabila dititipkan di Pet Colony. Penyebab tersebut antara lain pemberian makan dan minum kepada hewan dilakukan pagi hari dan sore hari. Hal ini terjadi dikarenakan karyawan *pet hotel* hanya dapat memberi makan dan melakukan proses *boarding* sebelum dan sesudah toko buka. Proses *boarding* yang dimaksudkan adalah kegiatan membersihkan kandang, memberi makan hewan, memberi minum, dan memberi waktu *playtime*. Selain itu, tidak ada karyawan khusus untuk pelayanan jasa *pet hotel* untuk bekerja melakukan proses *boarding*. Pihak manajemen pun juga memiliki kebiasaan bahwa ketika ada masalah mengenai kesejahteraan hewan atau ketika pemilik merasa hewannya menjadi lebih kurus setelah dititipkan di Pet Colony maka akan memberi diskon atau produk secara gratis pada pelanggan. Hal ini dianggap pemilik bahwa masalah akan selesai ketika pelanggan diberi diskon atau produk gratis.

Berdasarkan Gambar 6.20. terdapat beberapa faktor penyebab karyawan tidak mampu meng-*handle* hewan pada saat hewan tidak berada di dalam kandang. Hal

ini dimaksudkan ketika hewan berada pada jam *playtime* maka karyawan harus sangat berhati-hati untuk meng-*handle* atau “mengumbar” hewan peliharaan titipan. Karyawan yang mampu meng-*handle* hewan galak khususnya anjing hanya 1 orang saja sedangkan karyawan lainnya akan lebih memilih-milih hewan peliharaan yang akan diumbar. Selain itu jika ditinjau dari faktor hewan yang dititipkan, ada beberapa hewan yang tidak biasa diumbar tanpa menggunakan rantai sehingga dapat lari atau lepas keluar dari arena bermain. Ada juga beberapa hewan yang akan menggigit orang yang akan mengumbar karena merasa asing. Hal-hal inilah yang menyebabkan beberapa karyawan bagian *pet hotel* tidak sepenuhnya mampu untuk melakukan pekerjaan *boarding* di Pet Colony.



Gambar 6. 20. Fishbone Diagram JPH3



Gambar 6. 21. Fishbone Diagram EPH5

Berdasarkan Gambar 6.21. terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan ketidakmudahan melakukan pemesanan *pet hotel*. Faktor tersebut antara lain karyawan, sarana dan pihak manajemen. Pemesanan *pet hotel* dilakukan melalui *chat Whatsapp* nomor admin *pet hotel*. Hal ini dilakukan karena jika menggunakan sistem pemesanan yang canggih, tidak ada karyawan yang dapat menggunakan sistem tersebut. Selain itu, orang yang menjadi admin *pet hotel* adalah orang yang sama dengan admin *grooming*. Hal ini terjadi dikarenakan Mbak Titi memiliki pemahaman yang lebih banyak dibandingkan dengan karyawan lainnya. Selain itu karyawan selain Mbak Titi, tidak memiliki kualifikasi pekerja sebaik Mbak Titi

sehingga admin *grooming* dan admin *pet hotel* hanya dapat dioperasikan oleh Mbak Titi. Selain itu, pemilik Pet Colony juga memberikan perlakuan yang justru membedakan antara pelanggan satu dengan lainnya dikarenakan ada beberapa pelanggan yang rewel dengan banyak permintaan sehingga hanya ingin melakukan pemesanan melalui pemilik Pet Colony.



BAB 7

USULAN DAN IMPLEMENTASI PERBAIKAN

7.1. Usulan Perbaikan

Berdasarkan akar permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya pada metode *fishbone diagram*, ada beberapa usulan perbaikan yang diberikan untuk Pet Colony. Usulan ini didapatkan dari hasil diskusi dengan pemilik Pet Colony. Selain berdiskusi dengan pemilik Pet Colony, usulan perbaikan ini juga didasari atas usulan yang diberikan oleh pelanggan Pet Colony. Terkait dengan implementasi usulan perbaikan juga merupakan hasil diskusi dengan pemilik Pet Colony dan menyesuaikan dengan kondisi Pet Colony saat ini. Berikut rangkuman usulan perbaikan beserta respon dari pemilik Pet Colony yang dapat dilihat pada Tabel 7.1.

Tabel 7. 1. Usulan Perbaikan Untuk Pet Colony

No	Usulan	Dasar Pengambilan Usulan	Sifat Usulan	Tanggapan Pemilik
1	Memberikan pelatihan atau seminar dasar kepada karyawan mengenai cara melayani pelanggan yang baik, ramah, sopan tanpa membedakan status sosial	Memperhatikan akar permasalahan atribut DTSP1, DTSP2, RPH2, JPH3 dan EPS3. Selain itu, dari penelitian langsung di Pet Colony membenarkan bahwa kondisi aktual saat ini karyawan akan tetap di kursi kasir menunggu hingga pelanggan bertanya.	Jangka Panjang	Tidak untuk saat ini. Karyawan tidak memiliki hari libur yang sama. Tipe karyawan sulit untuk berkembang menuju hal yang lebih baik.
2	Memiliki <i>salesperson</i> untuk <i>bagian pet shop</i>	Memperhatikan akar permasalahan atribut DTSP1 dan DTSP2.	Jangka Panjang	Akan dipertimbangkan kembali. Dikarenakan sedang dalam masa pandemi.

Tabel 7.1. Lanjutan

No	Usulan	Dasar Pengambilan Usulan	Sifat Usulan	Tanggapan Pemilik
3	Memiliki admin <i>grooming</i> dan admin <i>pet hotel</i> tersendiri diluar pekerjaan sebagai <i>groomer</i>	Memperhatikan akar permasalahan atribut DTG2, DTPH2, EPH5. Bukti percakapan peneliti dengan admin <i>grooming</i> ketika melakukan <i>ghost shopping</i> .	Jangka Pendek	Usulan tidak dapat digunakan dikarenakan sudah menjadi tanggung jawab Mbak Titi.
4	Sistem pemesanan satu pintu masuk untuk pemberian nomor antrian kepada pelanggan	Memperhatikan akar permasalahan atribut DTG3. Bukti percakapan peneliti dengan admin <i>grooming</i> ketika melakukan <i>ghost shopping</i> .	Jangka Pendek	Usulan akan diterapkan mulai bulan Februari.
5	Wadah untuk memberikan penilaian, keluhan dan saran untuk Pet Colony	Memperhatikan akar permasalahan EG4 dan EPS2 serta hasil diskusi dengan pemilik Pet Colony	Jangka Panjang	Usulan akan diterapkan, yang akan memberikan <i>link</i> survei adalah kepala <i>pet shop</i> dan kepala <i>grooming</i> .
6	Menggunakan kartu pasien untuk rekam jejak pelayanan grooming dan pet hotel	Memperhatikan akar permasalahan JPH1 dan JPH2. Keluhan pelanggan yang terdapat di Google Review.	Jangka Panjang	Usulan ini diterima pemilik namun belum akan diimplementasikan karena belum ada karyawan yang dapat mengerjakan bagian ini.

Tabel 7.1. Lanjutan

No	Usulan	Dasar Pengambilan Usulan	Sifat Usulan	Tanggapan Pemilik
7	Terdapat kartu pengecekan (<i>checklist</i> kebersihan) untuk bagian pet hotel.	Memperhatikan permasalahan BFPH3. Keluhan pelanggan yang terdapat di <i>Google Review</i> .	Jangka Panjang	Usulan tidak perlu untuk dilakukan karena nantinya hanya akan digunakan 1 hari hingga 2 hari saja. Tidak ada karyawan yang sempat untuk teliti mengerjakan ini. Namun, jika sudah ada karyawan khusus boarding mungkin akan dipikirkan.
8	Membuat kantin kecil untuk ruang tunggu <i>grooming</i>	Memperhatikan akar permasalahan atribut BFG7 dan keluhan pelanggan ketika peneliti melakukan penelitian langsung di Pet Colony	Jangka Panjang	Usulan diterima pemilik. Hal ini akan dilakukan, namun karena pandemi pengerjaan tidak akan terburu-buru. Selain itu, perlu untuk melakukan diskusi dengan pemilik The Best Aquarium untuk pengosongan ruangan jalur material handling ke gudang. Masih melakukan pencarian <i>stand</i> makanan dan minuman untuk di kantin.

Tabel 7.1. Lanjutan

No	Usulan	Dasar Pengambilan Usulan	Sifat Usulan	Tanggapan Pemilik
9	Memasukkan <i>database pet shop</i> ke sistem yang digunakan	Permasalahan pada atribut DTPS3 di mana pelayanan kasir memakan waktu lama. Hal ini dibenarkan oleh pemilik Pet Colony juga dikarenakan tidak ada yang dapat mengerjakan database tersebut.	Jangka Panjang	Usulan diterima pemilik dan sangat dibutuhkan untuk perbaikan ke depan tetapi membutuhkan waktu yang lama untuk pengerjaannya dan rasanya akan tidak adil jika pekerjaan seperti ini tidak dibayar.

Usulan yang diberikan oleh peneliti kepada Pet Colony bermacam-macam bentuknya. Berikut penjelasan mengenai usulan yang diberikan berdasarkan pada Tabel 7.1.

- a. Pemilik Pet Colony harus bersedia memberikan pelatihan maupun seminar dasar kepada karyawannya mengenai cara melayani pelanggan dengan baik, ramah, sopan dalam kondisi apa pun tanpa membedakan status sosialnya. Pelatihan maupun seminar dasar ini dapat dilakukan sebulan sekali secara online pada masa pandemi belum berakhir ini. Pelatihan tidak memerlukan durasi yang lama, cukup 30 menit saja untuk pembekalan para karyawan dapat bekerja dan melayani konsumen dengan lebih baik lagi. Selain itu melalui pelatihan ini ada tindakan *follow up* yang perlu dilakukan, seperti ada raport karyawan per bulan yang memiliki prestasi perilaku paling baik. Hal ini menjadi *self reward* bagi karyawan sehingga merasa dirinya dibekali oleh perusahaan untuk berkembang lebih baik lagi.

Namun untuk usulan ini, masih akan dipikirkan oleh pemilik Pet Colony. Hal ini disebabkan tidak ada hari libur bagi karyawan Pet Colony selain karyawan mengambil hari libur bergantian antara karyawan satu dengan karyawan lainnya. Selain itu, pemilik Pet Colony juga merasa usulan ini menjadi sia-sia karena tipikal karyawan Pet Colony merupakan karyawan yang susah untuk di atur.

- b. Pet Colony harus memiliki *salesperson* tersendiri untuk bagian toko. *Salesperson* berguna untuk menyambut pelanggan yang datang dan menanyakan kebutuhan pelanggan yang ingin dipenuhi. *Salesperson* disini juga dapat mengikuti pelatihan produk dari *supplier* di The Best Aquarium and pet supply ketika *supplier* mengadakan seminar produk di sana. Pemilik Pet Colony mengatakan belum ingin menambah karyawan dikarenakan pada masa pandemi ini kondisi masih susah. Namun, usulan ini akan dipertimbangkan oleh pemilik kedepannya agar pelayanan pelanggan di dalam toko juga lebih baik.
- c. Pet Colony harus memiliki admin *grooming* dan admin *pet hotel* tersendiri diluar pekerjaan sebagai *groomer*. Hal ini diperlukan karena penulis merasa pekerjaan yang dikerjakan oleh Mbak Titi sudah *overload*. Ketika ada penempatan admin *grooming* dan admin *hotel* tersendiri maka pelayanan pemesanan jasa *grooming* dan *pet hotel* dapat lebih cepat dan efektif tidak perlu menunggu Mbak Titi memiliki waktu untuk menggunakan *handphone* admin.
- Selain itu, Pet Colony perlu untuk menggunakan sistem satu pintu masuk untuk pemesanan sehingga dapat memberikan informasi mengenai nomor antrian kepada pelanggan. Pelanggan yang melakukan pemesanan kepada pemilik perlu untuk diarahkan melakukan pemesanan kepada nomor admin. Hal ini perlu dilakukan agar Pet Colony juga dapat melacak jumlah antrian pemesanan harian oleh siapa, jenis hewan dan riwayat pemesanan melalui *handphone* admin. Semua sistem pemesanan yang dilakukan memang masih dilakukan menggunakan *Whatsapp* dikarenakan merupakan aplikasi yang mudah untuk diakses oleh karyawan sekaligus pelanggan.
- Tanggapan Pet Colony mengenai hal ini adalah usulan ini tidak dapat digunakan. Hal ini terjadi dikarenakan itu sudah menjadi tanggung jawab kepala *grooming* dan *pet hotel* untuk mengerjakan hal tersebut. Selain itu, untuk sistem gaji yang diberikan kepada kepala *grooming* pun berbeda dengan karyawan lain. Kepala *grooming*, *pet hotel* dan kepala *pet shop* mendapatkan tunjangan dan pensiunan dengan syarat bekerja di Pet Colony hingga umur 60 tahun. Maka dari itu, usulan ini tidak dapat digunakan pada masa sekarang, namun akan dipertimbangkan kembali apabila keluhan mengenai pemesanan semakin menumpuk. Namun untuk sistem pemesanan satu pintu, pemilik setuju dikarenakan agar tidak merepotkan pemilik Pet Colony juga untuk

meneruskan pemesanan kepada admin. Usulan ini dilakukan setelah berdiskusi dengan penulis.

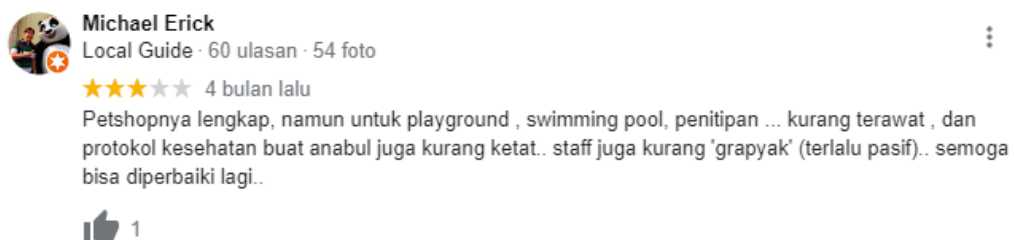
- d. Pet Colony memiliki wadah dimana pelanggan dapat memberikan penilaian, keluhan dan saran untuk Pet Colony. Wadah yang dimaksudkan adalah *Google Form* berisi survei sederhana yang akan diberikan oleh admin *pet shop* maupun admin *grooming* dan *pet hotel* kepada pelanggan. Penjelasan mengenai survei ini akan dijelaskan lebih detail pada Sub-bab 7.2.
- e. Pet Colony dapat menggunakan ruang tengah menjadi kantin kecil di mana ruang tengah digunakan untuk pemesanan *grooming* dan ada halaman kecil untuk *playtime* dengan hewan peliharaan. Kursi tunggu tidak perlu membeli, cukup menggunakan bahan-bahan bekas bangunan yang ada di area gudang untuk menghemat biaya. Usulan ini diterima oleh pemilik Pet Colony, pada saat ini sedang dilakukan pengerjaan kursi tunggu terlebih dahulu. Untuk pengosongan ruangan tengah pemilik memerlukan diskusi terlebih dahulu dengan pemilik gudang The Best Aquarium and pet supply agar pekerjaan *material handling* pada gudang tidak terganggu. Selain itu, pemilik juga masih mencari pihak ketiga yang ingin berjualan minuman dan makanan agar pelanggan juga dapat bersantai di kantin. Pada saat ini sudah mendapatkan pihak yang ingin berjualan di Pet Colony yaitu Kopi Cinta Muntilan.
- f. Pet Colony memiliki kartu pasien dimana setiap hewan peliharaan yang akan melakukan proses *grooming* dan *pet hotel* akan memiliki rekam jejak kesehatannya. Kartu pasien ini digunakan untuk memberikan bukti bahwa hewan datang dalam kondisi sakit atau sehat kepada pemilik hewan. Kartu pasien ini berisi no pasien, nama pemilik, nama anjing, jenis *breed*, dan umur hewan sebagai keterangan awal. Selanjutnya kartu rekam medis akan dilengkapi dengan status kesehatan, diagnosa, dan catatan selanjutnya. Status kesehatan dapat dilakukan dengan pengecekan suhu tubuh, catatan buku vaksin, bagian dalam telinga, berat badan, kondisi bulu, kondisi kulit, kondisi mukosa hidung dan bagian gusi. Untuk pengecekan kesehatan hewan seperti ini diperlukan kerjasama dengan dokter hewan atau paling tidak dengan perawat hewan yang sedang menjalankan masa studi (koas). Hal ini diperlukan agar prosedur cek kesehatan dan pengisian kartu rekam medis pasien tidak dilakukan dengan sembarangan. Kartu medis pasien dapat dilihat pada lampiran 9.

Tanggapan pemilik Pet Colony mengenai hal ini sangat responsif. Pemilik Pet Colony sangat ingin melakukan usulan ini namun masih akan memikirkan karyawan yang akan bekerja dalam melakukan arsip kartu rekam medis setiap pasien. Selain itu, butuh ruangan klinik atau *screening* awal di mana usulan ini dapat diterapkan dengan baik dan maksimal.

- g. Terdapat kartu pengecekan yang terpasang pada pintu garasi *pet hotel* di mana kartu ini digunakan untuk mengontrol jumlah alat kebersihan agar mengantisipasi kehilangan, kerusakan, dan yang lainnya. Kartu pengecekan ini digunakan sebagai *checklist* kebersihan sekaligus mengontrol jumlah alat kebersihan yang digunakan. Kartu ini dapat dilihat pada lampiran 10.

Tanggapan pemilik Pet Colony mengenai hal ini, usulan ini tidak perlu dilakukan dikarenakan karyawan Pet Colony sangat susah untuk diberi pelatihan mengenai bekerja dengan sistem yang tertata. Pada sistem pemberian gaji pada karyawan Pet Colony yaitu dengan sistem gaji harian, sehingga ketika ada karyawan yang tidak ingin masuk kerja pemilik Pet Colony merasa tidak rugi dikarenakan tidak perlu menggaji karyawan tersebut. Menurut penulis hal ini mengakibatkan karyawan berperilaku semaunya sendiri sehingga ketika ada sistem baru yang akan diterapkan akan sangat susah implementasinya.

- h. Pemilik Pet Colony perlu memasukkan data ke *database* sehingga transaksi yang dilakukan di kasir tidak perlu memasukkan harga di sistem secara manual. Hal ini dapat dilakukan untuk mengurangi waktu proses transaksi yang terlalu lama di kasir dan meminimalisir terjadinya kesalahan pembayaran di kasir. Tanggapan pemilik mengenai hal ini sangat baik dikarenakan pemilik sangat membutuhkan hal ini untuk perbaikan berkelanjutan di Pet Colony. Hanya saja tidak ada orang atau karyawan yang dapat mengerjakan hal ini. Jika dikerjakan oleh peneliti maka akan tidak adil dikarenakan ini merupakan pekerjaan yang harus dibayar menurut pemilik.



Gambar 7. 1. Keluhan Mengenai Karyawan



Local Guide · 15 ulasan · 17 foto

★★★★★ 7 bulan lalu

Kasir kurang teliti, 2 kali kulakan pertama diuntungkan kedua dirugikan, tadinya mau saya kembalikan waktu pembelian ke2 tapi notanya ketinggalan trus beli kedua saya cek di rumah ternyata ada yg salah atau di rugikan besarnya hampir sama dng yg diuntungkan akhirnya tdk jadi saya komplainkan anggap saja sah.



Gambar 7. 2. Keluhan Mengenai Transaksi Kasir

7.2. Perancangan Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pada perancangan pengukuran kepuasan pelanggan ini menggunakan *Google Form* yang dirancang dengan sangat sederhana. Pengukuran kepuasan pelanggan ini menggunakan metode sistem keluhan dan saran serta survei kepuasan pelanggan. Pengukuran ini terdiri dari 8 pertanyaan sederhana di mana 1 pertanyaan merupakan pertanyaan terbuka yang menerapkan sistem keluhan dan saran dari pelanggan. Sedangkan 7 pertanyaan lainnya merupakan survei kepuasan di mana pelanggan akan memberikan skala pengukuran untuk setiap pertanyaan yang diberikan. Pertanyaan yang diberikan merupakan pertanyaan langsung yang menanyakan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pada perancangan kuesioner ini melibatkan pemilik Pet Colony di mana pemilik ikut berdiskusi untuk menentukan pertanyaan yang digunakan untuk survei kepuasan pelanggannya.

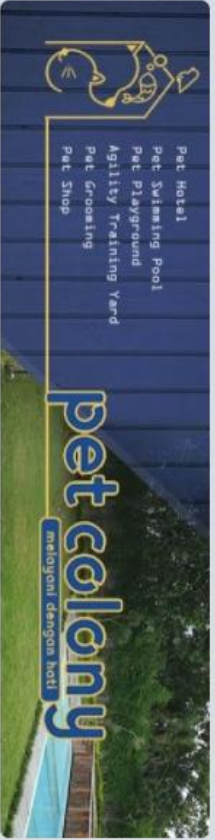
Berikut ini akan dijelaskan mengenai prosedur implementasi pengukuran kepuasan pelanggan di Pet Colony.

- a. Survei kepuasan pelanggan ini akan diberikan melalui admin *pet shop* dan admin *grooming* serta pet hotel. Pemberian survei ini dilakukan ketika pelanggan menyelesaikan transaksi pembelian atau *grooming* atau penitipan hewan di Pet Colony. Survei ini akan diberikan melalui media *Whatsapp* yang berisi pesan ajakan agar pelanggan memberikan penilaian pada *Google Form* milik Pet Colony.
- b. Pelanggan yang mendapatkan pesan melalui *Whatsapp* ini merupakan pelanggan yang memiliki *member* di Pet Colony, dan semua pelanggan *grooming* dan *pet hotel* Pet Colony. Admin *pet shop* otomatis menyimpan semua kontak pelanggan *member* Pet Colony. Begitu juga dengan admin

grooming dan *pet hotel* yang juga menyimpan semua kontak pelanggan *grooming* dan *pet hotel*.

- c. Pemberian survei kepuasan pelanggan ini dilakukan berkala setiap 3 bulan sekali untuk peningkatan kualitas berkala Pet Colony. Hasil jawaban dari responden akan dikumpulkan oleh pemilik Pet Colony setiap 3 bulan sekali. Pada saat survei diberikan kepada pelanggan maka akan diberikan waktu 1 minggu untuk pengumpulan penilaian dari pelanggan.

Pengukuran kepuasan pelanggan ini diharapkan dapat dipergunakan di Pet Colony sebagai penilaian pelanggan yang mudah untuk diakses oleh pemilik Pet Colony. Selain itu melalui pesan *Whatsapp* yang disebarkan kepada pelanggan, admin dapat mengajak pelanggan untuk memberikan bintang atau komentar yang baik di *Google Review* Pet Colony untuk meningkatkan *rating* Pet Colony pada masa mendatang.



Sebuah Survey Untuk Kami

Pelanggan Pet Colony yang terkasih: Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kami berharap Anda dapat menjawab pertanyaan berikut dengan jujur. Berikan kami saran dan masukan untuk Pet Colony yang lebih baik 🙏

Bagaimana menurut Anda produk dan pelayanan pet shop Pet Colony?

☐ Sangat Memuaskan

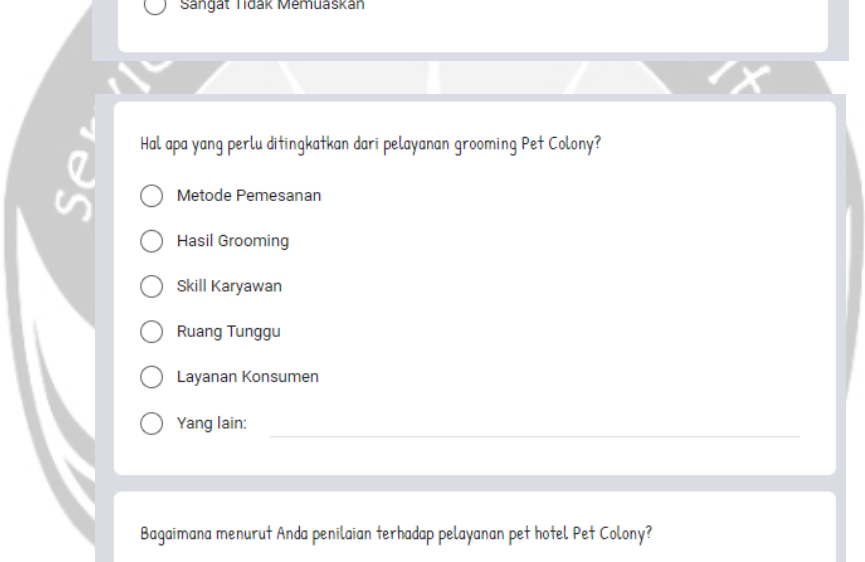
☐ Memuaskan

☐ Biasa Saja

☐ Tidak Memuaskan

☐ Sangat Tidak Memuaskan

Gambar 7. 3. Desain Google Form



Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan pet shop Pet Colony?

- ☐ Layanan Konsumen
- ☐ Skill Karyawan
- ☐ Ketersediaan Produk
- ☐ Pelayanan Kasir
- ☐ Yang lain: _____

Bagaimana menurut Anda hasil dan pelayanan grooming Pet Colony?

- ☐ Sangat Memuaskan
- ☐ Memuaskan
- ☐ Biasa Saja
- ☐ Tidak Memuaskan
- ☐ Sangat Tidak Memuaskan

Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan grooming Pet Colony?

- ☐ Metode Pemesanan
- ☐ Hasil Grooming
- ☐ Skill Karyawan
- ☐ Ruang Tunggu
- ☐ Layanan Konsumen
- ☐ Yang lain: _____

Bagaimana menurut Anda penilaian terhadap pelayanan pet hotel Pet Colony?

- ☐ Sangat Memuaskan
- ☐ Memuaskan
- ☐ Biasa Saja
- ☐ Tidak Memuaskan
- ☐ Sangat Tidak Memuaskan

Gambar 7.3. Lanjutan

Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan pet hotel Pet Colony?

☐ Layanan Konsumen
☐ Skill Karyawan
☐ Metode Pemesanan
☐ Kesehatan dan Kesejahteraan Hewan
☐ Yang lain: _____

Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan Pet Colony ke teman atau kerabat Anda?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

0% ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 100%

Adakah keluhan yang ingin Anda sampaikan?

Jawaban Anda _____

Adakah keluhan yang ingin Anda sampaikan?

Jawaban Anda _____

Silahkan tinggalkan nomor Whatsapp Anda untuk memudahkan kami menghubungi Anda.

Jawaban Anda _____

Kirim

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Gambar 7.3. Lanjutan

Pada *Google Form* yang dirancang, diatur sedemikian rupa agar pelanggan dapat mengakses dengan mudah tanpa harus login ke akun *Google* serta tanpa memasukkan *email* pelanggan. Selain itu *Google Form* ini dapat diakses melalui *link* yang akan diberikan oleh admin *pet shop* dan admin *grooming* serta *pet hotel*. Hal ini dilakukan agar pelanggan dapat mudah mengakses langsung *link* survei

tanpa harus melakukan *scan barcode* atau mengetik *link* akses yang ada. Hasil respon dari pelanggan akan diterima langsung oleh pemilik Pet Colony. Hasil yang ada dapat digunakan untuk peningkatan dan perbaikan berkelanjutan pelayanan jasa Pet Colony. Desain *Google Form* yang akan digunakan sebagai survei kepuasan pelanggan Pet Colony dapat dilihat pada Gambar 7.3.

7.3. Implementasi Usulan di Pet Colony

Usulan yang diberikan penulis pada bulan Februari awal sudah ada beberapa yang mulai diterapkan oleh pemilik Pet Colony. Saat ini Pet Colony memiliki karyawan bagian *salesperson* bagian *pet shop* bernama Mbak Susi sehingga ketika ada pelanggan masuk akan ada yang menyambut pelanggan dan membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya di *pet shop*. Selain itu, Pet Colony juga sedang membangun kantin kecil untuk ruang tengah. Meja dan kursi yang akan digunakan di kantin dan ruang tunggu tidak membeli tetapi memproduksi sendiri dengan alat dan bahan yang tersedia di Pet Colony. Pembangunan kantin kecil ini masih dalam tahap pembangunan dikarenakan masih akan mengosongkan bagian tengah yang digunakan oleh gudang The Best Aquarium *and pet supply*. Foto pembangunan dapat dilihat pada Gambar 7.4. hingga Gambar 7.7.



Gambar 7. 4. Pembangunan Kursi



Gambar 7. 5. Kursi Tunggu Depan Ruang *Grooming*



Gambar 7. 6. Kursi Kantin



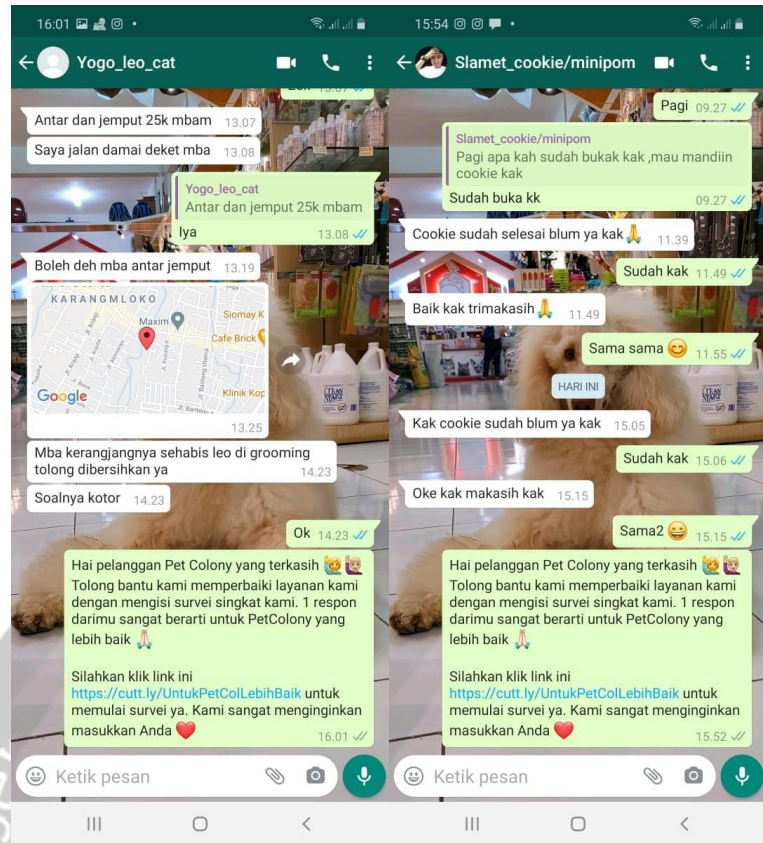
Gambar 7. 7. Pembangunan Dapur Kantin

Usulan lain yang sudah diterapkan oleh Pet Colony adalah media untuk pelanggan dapat memberikan penilaian atas kepuasannya menggunakan layanan Pet

Colony. Media ini menggunakan survei yang sudah dibuat dan disebarakan melalui *Whatsapp* ketika ada pelanggan yang selesai melakukan pemesanan jasa di Pet Colony. Beberapa foto penyebaran survei dapat dilihat pada Gambar 7.8. dan Gambar 7.9.



Gambar 7. 8. Penyebaran Pak Eko (Kepala *Pet Shop*)



Gambar 7. 9. Penyebaran Mbak Titi (Kepala Grooming dan Pet Hotel)



Gambar 7. 10. Kondisi Kamar 1



Gambar 7. 11. Kondisi Kamar 2



Gambar 7. 12. Kondisi Kamar 3



Gambar 7. 13. Kondisi Kamar 4

Selain menerapkan usulan yang diberikan oleh penulis, Pet Colony meningkatkan kualitas jasa pelayanan khususnya bagian *pet hotel*. Pet Colony meningkatkan

pelayanan jasanya dengan menggunakan karyawan khusus bagian *boarding* atau *pet hotel*. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan jasa terutama pada atribut fasilitas yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan (RPH1) dan karyawan memberikan pelayanan kepada hewan hingga waktu yang disepakati (RPH3). Dampak yang dirasakan ketika ada karyawan khusus bagian *boarding* adalah bagian *pet hotel* lebih terurus sehingga bagian kamar hotel lebih bersih dan hewan lebih terawat. Foto bagian *pet hotel* saat ini terhitung sejak Maret 2021 dapat dilihat pada Gambar 7.10 hingga 7.13.



BAB 8

KESIMPULAN DAN SARAN

8.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan pada Bab 6 dan Bab 7 maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

- a. Saat ini pelanggan masih belum puas dengan pelayanan Pet Colony dibuktikan dari adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Pada pelayanan *pet shop* atribut mengenai ketersediaan sarana penyampaian keluhan dan masukan bagi pelanggan dengan nilai *gap* sebesar -1.99398. Pada pelayanan jasa *grooming* atribut ketersediaan kursi tunggu bagi pelanggan yang ingin menunggu proses *grooming* dengan nilai *gap* sebesar -2.1538. Pada pelayanan jasa *pet hotel* atribut jaminan kesejahteraan hewan selama di Pet Colony dengan nilai *gap* sebesar -1.4737.
- b. Terdapat 17 atribut pelayanan jasa yang menjadi prioritas perbaikan di Pet Colony. Atribut tersebut antara lain *pet shop* memiliki jam operasional hingga malam hari (EPS1), tersedia sarana keluhan dan masukan (EPS2), karyawan melayani tanpa ada perbedaan status sosial (EPS3), karyawan bersedia membantu pelanggan mencari barang yang dibutuhkan (DTPS1) dan karyawan memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dijual (DTPS2), tersedia kursi tunggu bagi pelanggan yang ingin menunggu (BFG7), karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTG2), karyawan memberikan nomor antrian kepada pelanggan (DTG3), dan adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran (EG4), bagian *pet hotel* memiliki peralatan kebersihan yang memadai (BFPH3), karyawan mampu menangani keluhan pelanggan (RPH2), karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan (DTPH2), kesehatan hewan terjamin selama di Pet Colony (JPH1), kesejahteraan hewan terjamin selama di Pet Colony (JPH2), karyawan mampu meng-*handle* hewan pada saat hewan tidak berada di kandang (JPH3) dan adanya kemudahan saat melakukan pemesanan (EPH5).
- c. Beberapa penyebab dari atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan antara lain dari faktor karyawan, manajemen dan prosedur di Pet Colony. Karyawan di Pet Colony memiliki kualifikasi yang rendah sehingga sulit untuk diberlakukan prosedur yang sistematis di Pet Colony. Manajemen Pet Colony juga masih kurang memperhatikan keadaan di Pet Colony.

- d. Terdapat beberapa usulan perbaikan yang diberikan untuk Pet Colony:
 - i. Memberikan pelatihan maupun seminar dasar kepada karyawannya.
 - ii. Memiliki *salesperson pet shop*.
 - iii. Memiliki admin *grooming* dan admin *pet hotel*.
 - iv. Memiliki media keluhan dan masukan bagi pelanggan
 - v. Membangun kantin kecil di ruang tengah.
 - vi. Memiliki kartu pasien untuk pelayanan *grooming* dan *pet hotel*.
 - vii. Terdapat kartu pengecekan kebersihan ruangan.
- e. Pengukuran kepuasan pelanggan untuk peningkatan kualitas yang berkelanjutan di Pet Colony menggunakan *Google Form* dengan survei sederhana yang disebarakan melalui *Whatsapp*.

8.2. Saran

Saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian mengenai analisis *gap* mengenai manajemen dan karyawan dikarenakan pada penelitian ini fokus pada penelitian *gap* 5. Selain itu juga dapat dilakukan pada pelayanan jasa lainnya seperti *pet swimming pool*, *pet playground*, dan *agility training*. Pada penelitian ini ada beberapa responden yang diambil dari *event* yang diselenggarakan di Grande Pet Zone. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan perbandingan kualitas pelayanan jasa dengan Grande Pet Zone untuk pelayanan jasa serupa. Hal ini perlu untuk dilakukan agar dapat menaikkan kualitas pelayanan jasa dengan memperhatikan kompetitor yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, J.Y. (2019). *Dear customer, i love you*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Algifari. (2019). *Mengukur kualitas layanan dengan indeks kepuasan, metode importance-performance analysis (IPA) dan model kano* (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE.
- Azwar, S. (2015). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basuki, D.W.L., & Kertaningtyas, M. (2018). Analisa kualitas jasa di lingkungan akademik pada program studi x, universitas y. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 121-124.
- Bilsel, R.U. & Lin, D. (2012). Ishikawa cause and effect diagrams using capture recapture techniques. *Quality Technology & Quantitative Management*, 9(2), 137-152.
- Dimiyati, M. (2019). *Metodologi riset pemasaran: Konsep dan aplikasi structural equation modeling (SEM)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2015). *Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality* (8th ed). New York: Pearson.
- Gronroos, C. (2016). *Service management and marketing: Managing the service profit logic* (4th ed). New York: John Wiley & Sons.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Utami, A.S. (2020). Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pasien rawat jalan di Krakatau Medika Hospital. *Journal of Integrated System*, 3(1), 26-39.
- Guterres, D.D.C.S.F. (2020). *Peningkatan kepuasan pelanggan pet shop Blok O*. (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Hermansyah, Veza, O., & Hernuning, N. (2020). Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Online Shop Gic. *Jurnal Industri Kreatif*, 4(1), 37-44.
- Hornby, A.S., Turnbull, J., Diana, L., Parkinson, D., & Philips, P. (2013). *Oxford advanced learner's dictionary* (8th ed). Oxford: Oxford University Press.

- Korengkeng, C.Y. (2018). *Analisis peningkatan kualitas pelayanan dengan metode Servqual dan triz di Stasiun Besar Yogyakarta*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Respository. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/16631>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2015). *Marketing management* (15th ed). England: Pearson Education.
- Lovelock, C. & Wright, K.L. (2005). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Masello, P. de F.M. (2019). *Analise da qualidade do servico sob a otica do cliente e bem-estar animal em sitios para caes*. (Thesis). Instituto Universitario de Lisboa.
- Nagara, A., Purnamawati, E., & Suryadi, A. (2020). Analisis peningkatan kualitas pelayanan dengan metode *Servqual* dan triz (studi kasus pada "cafe xyz"). *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 1(1), 76-86.
- Normann, R. (2001). *Service management : Strategy and leadership in service business* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Nugraha, L., Yuniar, & Harsono, A. (2015). Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pendidikan bahasa inggris menggunakan metode service quality (*Servqual*) di LBPP Lia Martadinata Kota Bandung. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 3(1), 61-72.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). *Servqual*: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Scarvada, A.J., Chameeva, T.B., Goldstein, S.M., Hays, J.M., & Hill, A.V. (2004). A review of the causal mapping practice and research literature. *Second World Conference on POM and 15th Annual POM Conference*. Cancun: Mexico.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed). New York: John Wiley & Sons.

- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, r&d. Bandung: IKAPI.
- Suryaningtyas, D., Harahab, N. & Riniwati, H. (2013). Analisis kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan (nelayan) di UPTD Pangkalan Pendaratan Ikan (ppi) Popoh, desa Besole kecamatan Besuki Tulungagung, Jawa Timur. *Jurnal ECSOFiM*, 1(1), 41-43.
- Suyitno, A. & Sudarso, I. (2019) Desain peningkatan kepuasan pelanggan dengan pendekatan metode *Servqual* dan ipa di Underpass Café. *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi Industri*, 137-141.
- Tarigan, E.R. (2013). *The gap analysis of customer expectation and service quality performance in a pet shop (a case study on jangki pet shop depok)*. (Thesis). President University.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, quality & customer satisfaction* (Edisi 5). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wijaya, S.P. (2017). *Usulan perbaikan kualitas layanan di Royal Pet Shop and Care*. (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. (1990). *Delivering quality service : Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Foto Hasil Pengamatan

-  **Fadlan Akmal**
Local Guide · 170 ulasan · 104 foto
★★★★★ 7 bulan lalu
Petshopnya bagus, sering mainan sama kucing dan anjing disini, pemilik dan karyawan nya juga ramah. Cuma memang kadang agak bau saja karena memang tempat grooming juga.
 Suka
-  **Ika Tabola**
Local Guide · 62 ulasan · 21 foto
★★★★★ setahun yang lalu
Pet shop terlengkap..harga oke, cm sekedar saran petshopnya agak dingin dikit dong beberapa kali kesana selalu kepanasan jadi kalau mau milih2 ga bisa lama Krn agak panas
 Suka
- ★★★★★ 11 bulan lalu
Habis grooming darisana anjing saya malah ada kutu dan ada kulit yang luka 3cm an karna kegunting....
- ★★★★★ 2 bulan lalu
Habis di grooming disini 21 Juni 2020 utk treatment lengkap Rp 105.000. Gak ngerti handlingnya gmn tp kucingnya sampe stres dan mukulin kandang. Jari2nya jadi berdarah dan harus dibawa ke klinik. Kucing udah umur 10 tahun dan berkali2 ... [Lengkapnya](#)



Beberapa Ulasan di *Google Review*



Area Grooming di Dalam *Pet Shop*



Lampiran 2: Transkrip Wawancara dengan Pemilik Pet Colony

Tanggal Observasi	Topik Pembahasan	Tanggapan Pemilik Toko
3/9/2020	Adanya keluhan yang disampaikan di <i>Google Review</i> terhadap pelayanan di Pet Colony	Pemilik Pet Colony tidak mengetahui adanya keluhan yang disampaikan di <i>Google Review</i> .
		Pemilik belum pernah melakukan pengukuran mengenai kualitas pelayanan mereka.
		Pemilik juga belum pernah melakukan pengukuran kepuasan pelanggan.
		Pemilik ingin melakukan pengukurannya tetapi tidak mengetahui teknis pengukurannya.
		Pemilik berpikir jika ada pelanggan yang kecewa, masih ada pelanggan lain yang lebih <i>loyal</i> .
13/09/2020	Berdiskusi mengenai karyawan yang ada di Pet Colony	Pemilik mengatakan bahwa ketika pesanan <i>grooming</i> sedang penuh, karyawan banyak yang melakukan pekerjaan dengan tergesa-gesa.
		Tidak semua karyawan memiliki keterampilan penuh untuk <i>treatment</i> hewan.
		Pelatihan diberikan langsung dari pemilik Pet Colony jika ada karyawan yang mau belajar.
		Pada kondisi normal, pegawai bagian <i>grooming</i> , hotel, dan taman bermain kurang.
		Pada kondisi normal, pegawai bagian <i>petshop</i> juga kurang.
8/10/2020	Berdiskusi mengenai atribut penelitian	Pemilik tidak menyetujui atribut penelitian <i>petshop</i> yang berada pada dimensi aspek fisik yaitu jika karyawan diberikan seragam untuk bekerja.
		Karyawan hanya berada di dalam toko, dan merasa tidak ada nilai tambah jika karyawan menggunakan seragam.
		Penambahan atribut pada <i>grooming</i> , apakah perlu untuk menyediakan kursi tunggu <i>grooming</i> bagi pelanggan.
		Penambahan atribut pada <i>grooming</i> pada jaminan, di mana pelanggan diberikan bukti foto dan atau video mengenai hasil pelayanan <i>grooming</i> .
		Penambahan atribut pada <i>pet hotel</i> mengenai program promo pembelian obat kutu jika menggunakan layanan <i>pet hotel</i> .
		Penambahan atribut program <i>member</i> Pet Colony pada layanan <i>petshop</i> .

Lampiran 2: Lanjutan

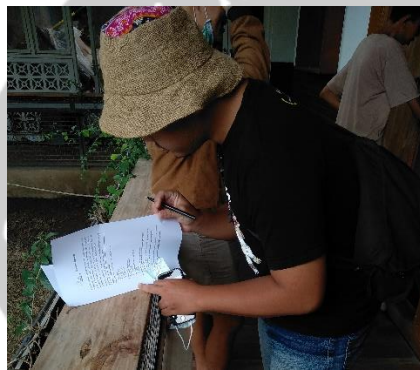
Tanggal Observasi	Topik Pembahasan	Tanggapan Pemilik Toko
28/11/2020	Berdiskusi mengenai pengambilan data dan rencana output yang diberikan kepada perusahaan	QR Code untuk scan barcode menuju form pengisian survei kepuasan pelanggan
		Hasil survei diminta dapat dilihat langsung oleh pemilik Pet Colony
		Ada beberapa tempat yang perlu untuk dipasang QR Code banner agar pelanggan bisa melihat tidak hanya sekali
		Pengambilan data boleh dilakukan kapan saja di Pet Colony. Meminta data member juga diperbolehkan. Koordinasi dengan Pak Eko dan Mbak Titi untuk melakukan tracking pelanggan Pet Colony
		Pemilik berharap pada bulan Januari data sudah selesai diolah, sehingga pada tahun baru dapat segera digunakan oleh Pet Colony
8/12/2020	Berdiskusi mengenai hasil data mentah dari kuesioner	Tidak ada masalah. Meminta untuk dilanjutkan saja terlebih dahulu
5/1/2021	Berdikusi mengenai hasil dari pengolahan data dan mencari akar sumber permasalahan	Ada beberapa permasalahan yang memang krusial pada saat ini, terlebih pada pelayanan grooming.
		Permasalahan utama itu pada karyawan. Tetapi pemilik mengatakan pemilik tidak berekspektasi tinggi terhadap karyawannya.
		Pada saat ini pemilik fokus mengejar kuantitatif pelanggan dengan harga yang masih wajar di Yogyakarta, sehingga tidak terlalu memikirkan perbaikan kualitas pada saat ini.
7/1/2021	Berdiskusi implementasi usulan perbaikan	Pemilik mengatakan jika perbaikan yang dilakukan ditujukan untuk karyawan akan berakhir sia-sia. Dikarenakan karyawan bertindak keras kepala.
		Usulan survei pelanggan dapat dilakukan, bisa dititipkan pada Pak Eko dan Mbak Titi

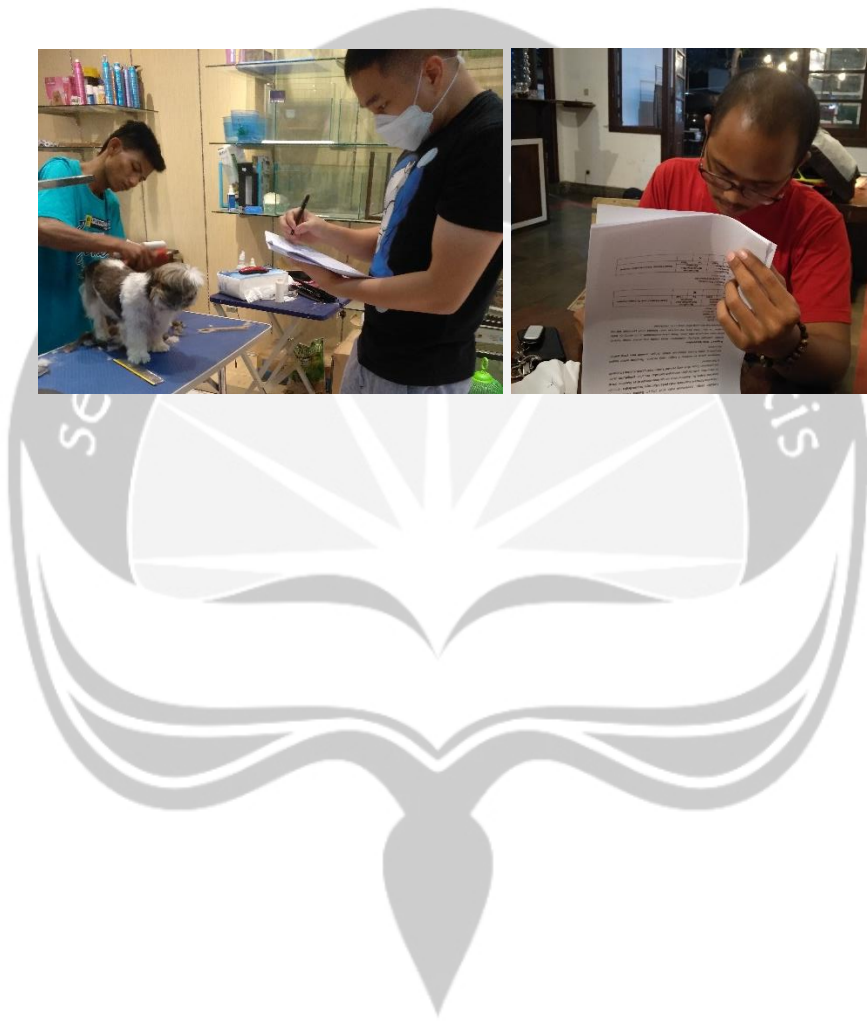
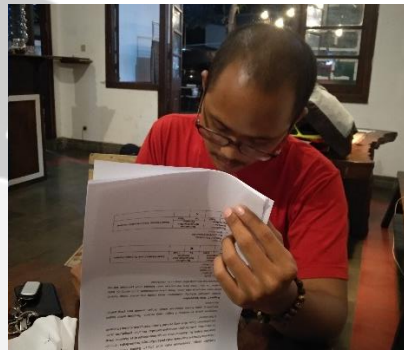
Lampiran 2: Lanjutan

Tanggal Observasi	Topik Pembahasan	Tanggapan Pemilik Toko
7/1/2021	Berdiskusi implementasi usulan perbaikan	Usulan kartu pasien juga diterima namun pemilik bingung nanti siapa yang akan mengerjakan bagian kartu pasien ini. Kalau Mbak Titi yang mengerjakan sudah kasian dikarenakan sudah terlalu banyak tanggung jawab.
		Usulan penambahan karyawan khusus boarding, dapat dilakukan. Mungkin bulan februari.
		Usulan penambahan kursi, sedang dilakukan tetapi perlahan dikarenakan masa pandemi juga tidak ada yang mau menunggu lama-lama di ruang umum.
		Usulan mengenai penambahan karyawan untuk admin, belum ingin dilakukan, masih dapat dilakukan oleh Mbak Titi.
		Kalau bisa mengerjakan database kasir dikarenakan permasalahan kasir itu tidak ada yang dapat mengerjakan. Tetapi pengerjaan database kasir dapat memakan waktu hingga 3 bulan, bisa ditanyakan dulu kepada dosen.

Lampiran 3: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner







Lampiran 5: Dokumentasi Bersama Pemilik Pet Colony dan Pegawai Pet Colony



Lampiran 6: Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini sebagai Pemilik Pet Colony Yogyakarta, menerangkan bahwa mahasiswa bernama **Rosalina Brigita** dengan NPM **170609197** Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah menyelesaikan penelitian di Pet Colony sejak bulan September 2020 hingga Januari 2021. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data penelitian guna menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Di Pet Colony".

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Februari 2021

Pemilik Pet Colony,



Christian Hansen
pet colony

KUESIONER PENELITIAN

Berkaitan dengan penyelesaian masa studi program Sarjana Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, maka perkenalkan saya Rosalina Brigita memohon kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan instrumen pengukuran yang digunakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan di Pet Colony”.

Kuesioner ini memiliki 4 bagian yang berbeda. Pengisian setiap bagian bergantung pada kondisi layanan jasa yang pernah Anda gunakan.

Bagian I: Data Responden

Lingkarilah pada jawaban yang sesuai dengan data diri Anda.

1. Umur Anda:
 - a. ≤ 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31 -40 tahun
 - d. > 40 tahun
2. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Karyawan/Wiraswasta
 - c. Wirausaha
3. Hewan peliharaan apa yang anda miliki?
 - a. Anjing
 - b. Kucing
4. Apakah Anda pernah berbelanja di *pet shop*?
 - a. Pernah. **Jika pernah dimohon melanjutkan mengisi pada Bagian II.**
 - b. Tidak Pernah
5. Apakah Anda pernah menggunakan layanan *grooming* dan atau *styling* yang tersedia di *pet shop*?
 - a. Pernah. **Jika pernah dimohon melanjutkan mengisi pada Bagian III.**
 - b. Tidak Pernah
6. Apakah Anda pernah menggunakan layanan penitipan hewan yang terdapat di *pet shop*?
 - a. Pernah. **Jika pernah dimohon melanjutkan mengisi pada Bagian IV.**
 - b. Tidak Pernah

Bagian II: Penilaian Tingkat Kepentingan, Terhadap Atribut Pelayanan *Pet shop*.

Pada bagian ini Anda diminta untuk memberikan skor penilaian seberapa penting menurut Anda atribut pelayanan jasa *pet shop*. Selain itu, Anda juga diminta memberikan skor penilaian mengenai pengalaman pelayanan yang Anda rasakan di Pet Colony dan skor penilaian mengenai harapan pelayanan yang ingin Anda dapatkan di Pet Colony. Silakan Anda memilih salah satu skor penilaian dari 5 skor di bawah ini dengan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Tingkat Kepentingan	Harapan	Persepsi Saat Ini
1= Sangat tidak penting	1= Sangat tidak diharapkan	1= Sangat tidak puas
2= Tidak penting	2= Tidak diharapkan	2= Tidak puas
3= Cukup penting	3= Cukup diharapkan	3= Cukup puas
4= Penting	4= Diharapkan	4= Puas
5= Sangat penting	5= Sangat diharapkan	5= Sangat puas

No	Atribut Pelayanan <i>Pet shop</i>	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Bukti Fisik																
1	Pet Colony memiliki ruangan yang bersih dan rapi															
2	Pet Colony memiliki tempat parkir yang nyaman dan luas															
3	Suhu ruangan di dalam <i>pet shop</i> tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin															
4	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih															
5	Harga dan keterangan barang yang dijual tertera dengan jelas															
6	Ketersediaan dan kelengkapan barang yang dijual															
7	Tersedia program member bagi pelanggan Pet Colony															
8	Produk yang dijual tertata dengan baik dan rapi															

No	Atribut Pelayanan <i>Pet shop</i>	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Reliabilitas																
9	Kesesuaian pembayaran dengan harga yang tertera di label															
10	Pet Colony memberikan produk promo sesuai yang ditawarkan															
11	Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan															
Dimensi Daya Tanggap																
12	Karyawan bersedia membantu pelanggan mencari barang yang dibutuhkan															
13	Karyawan memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dijual															
14	Petugas kasir melakukan transaksi dengan cepat															
Dimensi Jaminan																
15	Kondisi barang yang dijual dalam keadaan baik															
16	Karyawan bersikap sopan, sabar, dan ramah melayani pelanggan															
17	Pet Colony bersedia memberikan ganti rugi jika ditemukan cacat pada barang															
18	Karyawan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelanggan															
Dimensi Empati																
19	<i>Petshop</i> di Pet Colony memiliki jam operasional hingga malam hari															
20	Terdapat sarana untuk menyampaikan keluhan dan masukan															
21	Karyawan melayani tanpa ada perbedaan status sosial															

Bagian III: Penilaian Tingkat Kepentingan, Terhadap Atribut Pelayanan *Grooming*.

Pada bagian ini Anda diminta untuk memberikan skor penilaian seberapa penting menurut Anda atribut pelayanan jasa *grooming* yang terdapat di *pet shop*. Selain itu, Anda juga diminta memberikan skor penilaian mengenai pengalaman pelayanan *grooming* yang Anda rasakan di Pet Colony dan skor penilaian mengenai harapan pelayanan *grooming* seperti apa yang ingin Anda dapatkan di Pet Colony. Silakan Anda memilih salah satu skor penilaian dari 5 skor di bawah ini dengan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Tingkat Kepentingan	Harapan	Persepsi Saat Ini
1= Sangat tidak penting	1= Sangat tidak diharapkan	1= Sangat tidak puas
2= Tidak penting	2= Tidak diharapkan	2= Tidak puas
3= Cukup penting	3= Cukup diharapkan	3= Cukup puas
4= Penting	4= Diharapkan	4= Puas
5= Sangat penting	5= Sangat diharapkan	5= Sangat puas

No	Atribut Pelayanan <i>Grooming</i>	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Bukti Fisik																
1	Pet Colony memiliki ruangan <i>grooming</i> yang memadai															
2	Ruangan <i>grooming</i> bersih dan tertata rapi															
3	Memiliki peralatan yang modern															
4	Karyawan menggunakan seragam <i>grooming</i>															
5	Pet Colony memiliki kandang yang memadai sebagai tempat setelah <i>grooming</i>															
6	Terdapat papan petunjuk lokasi <i>grooming</i> yang strategis dan terlihat pelanggan															
7	Tersedia kursi tunggu bagi pelanggan yang ingin menunggu															

No	Atribut Pelayanan <i>Grooming</i>	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Reliabilitas																
8	Karyawan menyelesaikan <i>grooming</i> tepat waktu															
9	Karyawan mampu menangani keluhan pelanggan															
10	Karyawan memberikan pelayanan <i>grooming</i> sesuai yang dijanjikan															
Dimensi Daya Tanggap																
11	Karyawan memberikan informasi mengenai waktu penyelesaian <i>grooming</i>															
12	Karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan															
13	Karyawan memberikan nomor antrian kepada pelanggan															
Dimensi Jaminan																
14	Keamanan hewan selama berada di Pet Colony															
15	Keselamatan hewan terjamin selama berada di Pet Colony															
16	Karyawan memiliki keahlian dalam melakukan <i>grooming</i>															
17	Karyawan memberikan bukti foto atau video hasil pelayanan <i>grooming</i>															
Dimensi Empati																
18	Karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan															
19	Karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan															
20	Karyawan melayani tanpa memandang ras hewan															
21	Adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran															
22	Adanya kemudahan pada saat melakukan pemesanan															

Bagian IV: Penilaian Tingkat Kepentingan, Terhadap Atribut Pelayanan *Pet hotel*.

Pada bagian ini Anda diminta untuk memberikan skor penilaian seberapa penting menurut Anda atribut pelayanan jasa penitipan hewan yang terdapat di *pet shop*. Selain itu, Anda juga diminta memberikan skor penilaian mengenai pengalaman pelayanan penitipan hewan yang Anda rasakan di Pet Colony dan skor penilaian mengenai harapan pelayanan penitipan hewan seperti apa yang ingin Anda dapatkan di Pet Colony. Silakan Anda memilih salah satu skor penilaian dari 5 skor di bawah ini dengan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Tingkat Kepentingan	Harapan	Persepsi Saat Ini
1= Sangat tidak penting	1= Sangat tidak diharapkan	1= Sangat tidak puas
2= Tidak penting	2= Tidak diharapkan	2= Tidak puas
3= Cukup penting	3= Cukup diharapkan	3= Cukup puas
4= Penting	4= Diharapkan	4= Puas
5= Sangat penting	5= Sangat diharapkan	5= Sangat puas

No	Atribut Pelayanan <i>Pet hotel</i> (Penitipan Hewan)	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Bukti Fisik																
1	Pet Colony memiliki kamar hotel yang memadai															
2	Kamar hotel bersih dan tidak bau															
3	Bagian <i>pet hotel</i> memiliki peralatan kebersihan yang memadai															
4	Tersedia fasilitas tempat minum dan makan yang cukup untuk hewan yang dititipkan															
5	<i>Pet hotel</i> di Pet Colony memiliki halaman yang luas untuk hewan bermain															
6	Penampilan karyawan sopan dan rapi															
7	Halaman bermain selalu bersih dari kotoran hewan															

No	Atribut Pelayanan <i>Pet hotel</i> (Penitipan Hewan)	Tingkat Kepentingan					Harapan					Persepsi Saat Ini				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dimensi Reliabilitas																
8	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan															
9	Karyawan mampu menangani keluhan pelanggan															
10	Karyawan memberikan pelayanan kepada hewan hingga waktu yang disepakati															
Dimensi Daya Tanggap																
11	Karyawan memberikan informasi penitipan dengan jelas															
12	Karyawan siap dan sigap merespon permintaan pelanggan															
13	Karyawan bersedia membantu memilihkan kamar bagi pelanggan															
Dimensi Jaminan																
14	Kesehatan hewan terjamin selama di Pet Colony															
15	Kesejahteraan hewan terjamin selama di Pet Colony															
16	Karyawan mampu handle hewan pada saat hewan tidak berada di kandang															
Dimensi Empati																
17	Karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan															
18	Karyawan memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan															
19	Karyawan melayani tanpa memandang ras hewan															
20	Adanya kemudahan dalam menyampaikan kritik dan saran															
21	Adanya kemudahan pada saat melakukan pemesanan															
22	Adanya kesadaran karyawan untuk meminta maaf jika melakukan kesalahan															

Sebagai bentuk perwujudan terima kasih saya, mohon untuk meninggalkan alamat Instagram Anda dan nomor Whatsapp jika Anda berkenan. Pada saat penelitian saya sudah selesai dengan baik dan lancar, saya akan memberikan *voucher* senilai Rp. 200.000,00 untuk dapat digunakan di Pet Colony bagi 10 orang yang beruntung. *Voucher* ini akan saya undi menggunakan akun Instagram.


Instagram Responden :

Nama/ *Whatsapp* :

Member Pet Colony :



Lampiran 8. Kartu Rekam Medis Pasien

		PET HOTEL DAN PET GROOMING PET COLONY Jl. Padma No.21, Panggung Sari, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581	
No Pasien	:		
Nama Pemilik	:		
Alamat/ No Telp	:		
Jenis Breed	:		
Nama Hewan	:		
Umur Hewan	:		
Kartu Status Pasien			
Tanggal	Status Kesehatan	Diagnosa	Catatan Untuk Diperhatikan

Lampiran 9. Kartu Checklist Kebersihan Ruangan

KARTU CEK RUANGAN PET HOTEL								
BULAN JANUARI 2021								
Tanggal	Pembersihan					Nama Karyawan	Jumlah Alat Kebersihan	
	Kamar	Halaman	Pup	Kolam	Sampah		Digunakan	Kembali

Lampiran 10. Data Responden

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
1	acawsiasu	Anna	81369633000	Destiana Suryaning Asih	Dogrun	1	1	1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
2	jezaagnestiara	Jeza	85606006963	Agnes Tiara	Dogrun	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
3	siskahandika	siska	81274564564	Siska Handika	Dogrun	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
4	septyan96	septyan	81226626772	-	Petcol	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
5	herurodriguezz	Hartono Heru	895340860522	-	Dogrun		1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
6	maximus_donjuan	doci	82136145022	Laurensius Satya	Dogrun	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
7	siluh.jelantik	Siluh	81228096942	Ida Meliani	Dogrun	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
8	hero.and.marques	Vhanamouriel	85877660406	Vrizqi Hanamouri Eldes	Dogrun	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
9	dede pratama	dede	89643925822	V_V	Dogrun	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
10	akristianto789	Kristianto	81334819205	Kristianto	Petcol	1	1	1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
11	there.red	Therizia	81333995236	Therizia Sukma	Petcol	1	1	1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
12	-	Joyce	-	Joyce	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
13	rosaliaocha22	Rosalia	82225982091	-	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
14	suxvisuhendra	Devie Suhendra	87837282656	Devie Suhendra	Dogrun	1	1	1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
15	d_rey04	Derry IP	87839322444	-	Dogrun	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
16	temtem1312	Temmy	82227371313	Temmy	Dogrun	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
17	nandiafonk	Odi	81336472915	-	Dogrun	1			21-30	Wirausaha	Anjing
18	bella_elvina	Bella Elvina	82134360001	Bella Elvina	Dogrun	1	1	1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
19	mg_silvi	Silviana Soehardi	82328421052	-	Dogrun	1	1	1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
20	rads_company	Radityo	-	Radit Kennel	Dogrun	1	1	1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
21	-	Monica Ira Hendra	81228423048	-	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
22	Victor.debrick	Victor	8161804613	Victor De Brick	Petcol	1		1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
23	andrewuarlima	Andrew	82398081649	-	Dogrun	1	1	1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
24	princess.melly123	Caecilia Dina	8995000305	Caecilia Dina	Dogrun	1	1	1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
25	baileyfresh_dogshampoo	Wisnu Angin	8562500176	Wisnu Hardianto	Dogrun	1	1		31-40	Wirausaha	Anjing
26	natalie_rahma	Natalie	82136517633	Natalie Rahma	Dogrun	1		1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
27	pradama_w	Pradana	81904165188	Pradana	Dogrun	1			21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
28	laksadewa	Laksa Dewa	87839600777	Laksa Dewa	Dogrun	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
29	rrdcjogja	Mirawati	895634607778	RRDC	Petcol	1	1		>40	Wirausaha	Anjing
30	velvet.husky	Velika	87737764983	-	Dogrun	1	1		21-30	Wirausaha	Anjing
31	yoshuavernandas_	Yoshua Vernanda	85260962977	-	Dogrun			1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
32	andreaskenan	Andreas Kenan	81943217887	Andreas Kenan	Event	1		1	21-30	Wirausaha	Anjing
33	ichiro.alice	Melissa	8112958872	Melissa Ichiro	Event	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
34	joeydenretriev	Berto	87834753194	Berto Joey	Dogrun	1			21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
35	yedhs	Yedhiya	87839322444	Christine Rara Yedhiya	Dogrun	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
36	agnesindralestari	Agnes Indra	81325373814	Agnes Indra	Event	1		1	21-30	Wirausaha	Kucing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
37	maurakevin	Maura Kevin Ardyanto	82243655308	Maura Kevin	Petcol	1		1	31-40	Wirausaha	Anjing
38	isc.satria	Agnes Widi	82136145022	-	Petcol		1		31-40	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
39	thezooev	Kenzo	82136517633	Natalie Rahma	Dogrun	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
40	savinisevin	Sevin	895359050834	Savini Sevin	Event	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
41	johniirianto	Pak Johni	818271505	Johni Irianto	Dogrun	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
42	dina90225	Dina Anjani	8995123458	Dina Anjani	Dogrun	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
43	devinamailoor	Devina	82153502541	Devina Mailoor	Petcol	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
44	santoganis	Ganis	87719587888	Ganis Santoso	Dogrun	1	1		31-40	Wirausaha	Anjing
45	cola_thegolden	Leila Listiyani	89677677143	Leila Listiyani	Petcol	1		1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
46	lycheewhitepom	Christine Hidayat	811286001	Christine Hidayat	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
47	ali_mazdadiy	Aliaman	85222226318	Aliaman	Petcol	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
48	handsome.jaxon	Santi	8112506363	Santi Jaxon	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
49	maria_adk	Maria Anastasia Dewi	-	Dewi Kartini	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
50	andre_trabucco	Andre Trabucco	85337216305	Andre Milo	Petcol	1			21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
51	almasprawoto	Almas Prawoto	87839102982	Almas Prawoto	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
52	dantiori_	Danti Orientia	-	Danti Ori	Petcol	1		1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
53	dogclothing.id	Row	82138639706	Row Earl and Grey	Petcol	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
54	popcorn.the.corgi	Natasia	818312300	Popcorn Corgi	Petcol	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
55	nyomanbhayu	Ignatius Nyoman	81246767770	-	Dogrun	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
56	michelle_yugie	Michelle	81250368000	Chelle chelle	Petcol	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
57	alittlebosh	Jegeg	82136517633	Jegeg Hyatt	Event	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
58	iamronexon	Aurelia	82220155711	Aurel Hyatt	Event	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
59	meixin_sugiarri	Meixin	8562886086	Mixin Sugari	Petcol	1		1	31-40	Wirausaha	Kucing
60	miraclenaokennel	naomi	85226300030	-	Petcol		1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
61	eunikepuspita	Niki	83840591724	Eunike Puspitas	Petcol	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
62	michaell rifan hendana (fb)	Riffan	8121515005	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
63	metavdb	Meta	82138639706	Meta Van Den Broek	Petcol	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
64	-	Yanti	81326992418	-	Petcol			1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
65	yessika21289	Yessika	8118181370	Yessika Naftali	Petcol	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
66	yuniisaras	Yuni	85290842228	-	Petcol			1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
67	chyntiasong	Song	87747877776	-	Petcol			1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
68	-	Emelia	8156881850	-	Petcol		1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
69	-	Rina	82133263328	-	Petcol		1		31-40	Wirausaha	Anjing
70	franciswolf_kennel	Nenny	8989708975	-	Petcol			1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
71	miss_belle_aus_berlin	Rere	81227878815	Rere Belle	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
72	julianirwen	Julian	81212700652	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
73	linawsn	Lina	82241092858	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
74	-	Nathan	82327030441	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
75	bertiliahenryka	Riri	85943258531	-	Petcol	1			>40	Wirausaha	Anjing
76	christinedewi_	Vita	811283327	Christine Vita Dewi	Petcol	1			>40	Wirausaha	Anjing
77	rbsiberianhusky	Aldo	81225252567	-	Petcol	1			>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
78	fajarifiyanto	Fajar	82300018889	Fajar Arifiyanto	Petcol	1	1		31-40	Wirausaha	Anjing
79	nandatyaras_	Ara	81346588306	-	Petcol	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
80	figoheza	Figo	85642187641	Figo Heza	Petcol		1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
81	fitry_jayani	Fitri	82134922623	-	Petcol	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
82	jualbelianjingjogja	Angga	81568482859	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
83	harris.kristanto	Harris	89604149088	Harris Kristanto	Petcol	1		1	>40	Wirausaha	Kucing
84	sabatica_	Nania	81567612856	Nania Sabatica	Petcol	1	1	1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
85	-	Nasya	81329149684	-	Petcol	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
86	-	Ocha	8111840127	-	Petcol		1	1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
87	tasya_d.arthur	Feby	88806788962	-	Petcol	1	1	1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
88	suryaningdevi	Devi	81272094278	Suryaning Devi	Petcol	1		1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
89	-	Adelaice	817272728	-	Petcol			1	31-40	Wirausaha	Anjing
90	jessipus25	Jenny	81902715172	-	Petcol	1			>40	Wirausaha	Anjing
91	soffiebetty	Soffie	87791098444	-	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Kucing
92	cux72	Cux	8174197419	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
93	fetz_shika_malamute	Cindy	87878980909	-	Petcol	1	1		21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
94	nonikgunawan	Nonik Gunawan	817279999	Nonik Gunawan	Petcol	1			21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
95	frank_lopek	Frans Lopek	8995207834	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
96	fransbullpawz	Frans Hardianto	811293245	Frans Hardianto	Petcol	1			>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
97	luckybulldogkennel	Bram	81389079930	-	Petcol		1	1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
98	clara_yuli12	Yuli	82261616140	Clara Yuliana	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
99	two_barebears	Alvin	82280358021	-	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
100	brilly_sunday_wolfpack	Brilly	82227770177	-	Petcol	1	1		21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
101	alfonsotheodore	Alfon	81392923151	-	Petcol	1	1	1	>40	Wirausaha	Anjing
102	bernicetheodore	Bernice Dhea	81240984355	Bernice Dheana	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
103	parker_decorgi	Riri	81359595040	Riri Eka	Petcol	1			>40	Wirausaha	Anjing
104	dcy_dutz	Dessy	89682095980	-	Petcol		1	1	>40	Wirausaha	Anjing
105	eve.lovedogs	Evelyn	83869739366	-	Petcol		1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
106	tejakusumo	Abri	88980030255	Teja Kusumo	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
107	jou.husky	Ian	8562902370	Septian Hans	Event	1		1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
108	keikochan.jogja	Yohana	8157942909	Yohana Malin	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
109	daisysavhitri	Daisy	81392941188	-	Petcol		1		21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
110	a_miniqueen	levina	818613230	-	Petcol		1		21-30	Wirausaha	Anjing
111	mylittle.robert	salfa	8111829992	-	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
112	bella_bss	Bella	81321188880	Bella Sofie	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing

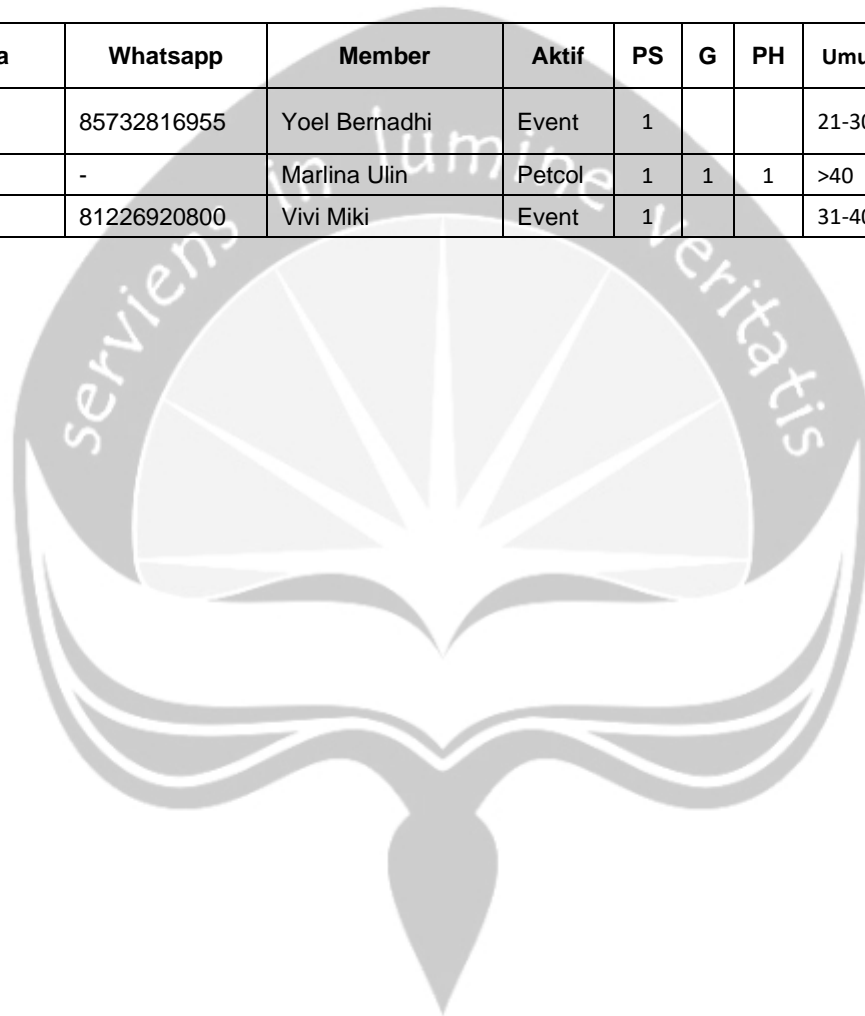
No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
113	imperialrottkenel	Ajie	82322220955	Ajik Imperial	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
114	ravel_popo	Doni	88233825417	Doni Rapopo	Event	1	1		21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
115	handakavonyamato	Handoko	8174107777	Handoko Handoko	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
116	voncherish	Kus	85265303003	Pak Kus	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
117	noelala_theshitzu	Indira	81904283350	-	Petcol		1	1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
118	phiea_varadexa	Via	8884007771	Via Donat	Dogrun	1			31-40	Wirausaha	Anjing
119	l.i.l.i.k_13	Lilik	85640037755	-	Petcol		1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
120	flourishingkennel	Minarni	81215977269	-	Petcol			1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
121	andre_dogwalker	Andre	87839440990	Andre DogWalker	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
122	drn.scott	Darren	81328287477	Darren Scoot	Event	1		1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
123	adi_prasetya17	Prash	87726317409	Prash Adi	Petcol	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
124	separuh_asu	Alfa	85850683533	Alfa Separuh Asu	Dogrun	1			>40	Wirausaha	Anjing
125	wisnu_haryawan	Wisnu	87820183839	Wisnu Haryawan	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Kucing
126	theresia_hanna	Hanna	87737720407	Theresia Hanna	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
127	erna_anggraini	Erna	818260232	Erna Anggraini	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
128	snowy.goldenret	swastika	85260175707	Swastika Ucciardone	Dogrun	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
129	budiyanto_tustel	Budiyanto	8170423214	-	Petcol	1			>40	Wirausaha	Kucing
130	budiasihd	Dwi Budiasih	87738912342	Dwi Budiasih	Petcol	1			>40	Wirausaha	Kucing
131	doubletrouble.woofwoof	Windoy	87787571211	-	Petcol			1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
132	kanya_gabriella	Kanya	87838890050	-	Petcol			1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
133	ryan29487	Ryan	8118181270	-	Petcol		1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
134	fahmawatisartikadewi	Fahma	82134456659	Fahmawati	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
135	redjamahendra_	Redja	81914914311	Redja Mahendra	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
136	hansyulianto	Hans	811334267	Hans Yulianto	Petcol	1			>40	Wirausaha	Anjing
137	von_icedream	Anne	88216709741	-	Petcol		1		>40	Wirausaha	Kucing
138	hilariusyogi	Hilarius Yogi	82242803941	Hilarius Yogi	Petcol	1	1		>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
139	santiishn	Shanti	81329429454	Shanti Shanti	Petcol	1		1	>40	Wirausaha	Kucing
140	ninaspd	Nina	81995757999	Mbak Nin	Petcol	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
141	imam_bibim	Imam	82221373134	Imam Diablo	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
142	adeamrandaniel	Ade	81325663225	-	Petcol		1		31-40	Wirausaha	Kucing
143	76ap	Aang	81995858999	-	Petcol		1		31-40	Wirausaha	Anjing
144	ester_kecik_putri	Putri	818465917	-	Petcol		1	1	31-40	Wirausaha	Anjing
145	alkusumadewi	Anna Dewi	87839727808	Anna Kusuma Dewi	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
146	verdymakki	Verdy	8121043013	Verdy Jogja	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
147	renlyalrie	Renly	89636728699	Renly Chrishan Alrie	Event	1			31-40	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
148	crescendo.aw	Edo	81215525655	Mas Edo Grande	Event	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
149	bl4ckid	Irma	85327940990	Mbak Irma OKE	Event	1			>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
150	blevinekennel	Deddy Zul	81237566003	Deddy Zul	Dogrun	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
151	edhonugroho	Edho	85643463774	Edo Nugroho	Dogrun	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
152	goldenshamrock	dionysius	82246219210	-	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
153	wilfridusputut	Putut	85725799771	-	Petcol	1		1	31-40	Wirausaha	Anjing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
154	orlandothemalamute	Yuni	82138233720	-	Petcol	1		1	31-40	Wirausaha	Anjing
155	chikoo.jasper_thepitbull	Kojek	81229300192	-	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
156	chokie_pomeraniandary	Yaya Turang	89692228022	-	Petcol	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
157	hannytagabrieldarda	Darda	81901071216	Gabriel Darda	Petcol	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
158	ninoningrummilagros	Nino	87897367676	Ningrum Mila	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
159	dheguzz	Bagus	82233290606	Mas Bagus Dewe	Event	1			31-40	Wirausaha	Anjing
160	ameliamiram	Mira	85288884242	Amelia Mira	Petcol	1	1		>40	Wirausaha	Anjing
161	alvin.and.jenny	Putri	8112500052	-	Petcol	1			21-30	Wirausaha	Kucing
162	bernadethadamaris	Bernadetha	85729600062	Bernadeth Damaris	Petcol	1		1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Kucing
163	chtrnaselin_	Ina	85229103208	Chaterina Selin	Petcol	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
164	antalakata	Khalif	81776832744	-	Petcol	1			21-30	Wirausaha	Kucing
165	bravo.the.berner	Rahadian	82310718131	Rahadian	Petcol	1			31-40	Wirausaha	Anjing
166	yonaegene	Yona	85868491240	Yona Lee	Petcol	1		1	31-40	Wirausaha	Anjing
167	buck_the_alaskan	Josheper	82323833355	Joseph Natan	Event	1			31-40	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
168	niasakurabeauty	Agnes Yenny	82329139599	Agnes Yenny Astuti	Event	1	1		31-40	Wirausaha	Kucing
169	christinebrilian_bc	Christine Brilian	87838639308	Christine Brilian	Event	1			31-40	Wirausaha	Anjing
170	-	Aditya Hermawan	82138031128	Aditya Hermawan	Petcol	1		1	21-30	Wirausaha	Anjing
171	-	Jasmine	85724440033	Jasmine	Petcol	1			21-30	Wirausaha	Kucing
172	-	Natalia	81804127472	Natalia Herder	Petcol	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
173	-	Milka Wijaya	87820183839	Milka Wijaya	Petcol	1			>40	Wirausaha	Kucing
174	-	Nur Purwanto	81325373814	Pak Nur Pur	Petcol	1	1	1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
175	shnnia.anggrnii	Shenia	81367103391	-	Petcol	1	1		21-30	Wirausaha	Kucing
176	marco.avery.thelabradors	Alfonso	81392923151	Putu Sihombing	Event	1	1	1	>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
177	Sellazel	Sella	87839943773	-	Event			1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Kucing
178	bagong_leash	Fany	-	Dexter	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
179	magusrandi	Agus R	-	Agus Randi	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
180	aaronkwok	Aaron	-	Aaron Kwok	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
181	hefronsidabutar	Hefron	-	Hefron Sidabutar	Event	1	1	1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
182	aprilias_90	Lia	85729285528	Aprilia Susan	Event	1	1	1	21-30	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
183	hendri_wijayatsih	Hendri	-	Hendri Wijaya	Event	1			>40	Wirausaha	Anjing
184	nn.rowinda	Rowinda	89646756079	Rowinda	Event	1	1	1	21-30	Wirausaha	Anjing
185	alexapetcare	Irwan	82138031128	Irwan Alexa	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
186	nirvanafortunaa	Nirvana	-	Nirvana Fortuna	Event	1	1		21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
187	choco_minipom	Maria Shopie	-	Choco Minipom	Event	1		1	31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
188	-	Ari Mumun	82225675729	Ari Mumun	Event	1	1		31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
189	-	Melisa	8112958872	Melisa	Event	1			31-40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
190	monicatiara	Monica	8112644545	Monica Tiara	Event	1	1	1	21-30	Wirausaha	Anjing
191	-	Rangga	85929048866	-	Event				>40	Karyawan/Wiraswasta	Anjing
192	-	Tio	81336626501	Tio Cortez	Event	1		1	>40	Wirausaha	Anjing
193	arcadiasiberian	Vina	87838860101	Vina Muntilan	Event	1	1		21-30	Wirausaha	Anjing

No	Instagram Responden	Nama	Whatsapp	Member	Aktif	PS	G	PH	Umur	Pekerjaan	Hewan
194	yoelbernadhi	Yoel Bernadhi	85732816955	Yoel Bernadhi	Event	1			21-30	Pelajar/Mahasiswa	Anjing
195	marlin_wib	Marlina	-	Marlina Ulin	Petcol	1	1	1	>40	Wirausaha	Anjing
196	-	Viviana	81226920800	Vivi Miki	Event	1			31-40	Wirausaha	Anjing



Lampiran 11. Hasil Perhitungan Validitas SPSS Data Tingkat Kepentingan

		Correlations								BuktiFisikPetShop
		BFPS1	BFPS2	BFPS3	BFPS4	BFPS5	BFPS6	BFPS7	BFPS8	
BFPS1	Pearson Correlation	1	.446**	.118	.264	.349**	.294*	.264	.344*	.585**
	Sig. (2-tailed)		.001	.389	.051	.009	.029	.052	.010	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS2	Pearson Correlation	.446**	1	.489**	.070	.437**	.235	.401**	.485**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.612	.001	.084	.002	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS3	Pearson Correlation	.118	.489**	1	.242	.262	.342*	.300*	.265	.595**
	Sig. (2-tailed)	.389	.000		.075	.053	.011	.026	.050	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS4	Pearson Correlation	.264	.070	.242	1	.373**	.430**	.155	.069	.482**
	Sig. (2-tailed)	.051	.612	.075		.005	.001	.259	.619	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS5	Pearson Correlation	.349**	.437**	.262	.373**	1	.388**	.236	.343*	.663**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.053	.005		.003	.083	.010	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS6	Pearson Correlation	.294*	.235	.342*	.430**	.388**	1	.510**	.345**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.029	.084	.011	.001	.003		.000	.010	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS7	Pearson Correlation	.264	.401**	.300*	.155	.236	.510**	1	.696**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.052	.002	.026	.259	.083	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS8	Pearson Correlation	.344*	.485**	.265	.069	.343*	.345**	.696**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.050	.619	.010	.010	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BuktiFisikPetShop	Pearson Correlation	.585**	.701**	.595**	.482**	.663**	.682**	.709**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations			
		RPS1	RPS2	RPS3	ReliabilitasPetShop
RPS1	Pearson Correlation	1	.452**	.572**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	55	55	55	55
RPS2	Pearson Correlation	.452**	1	.370**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.000
	N	55	55	55	55
RPS3	Pearson Correlation	.572**	.370**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000
	N	55	55	55	55
ReliabilitasPetShop	Pearson Correlation	.830**	.758**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPS1	DTPS2	DTPS3	DayaTanggap PetShop
DTPS1	Pearson Correlation	1	.649**	.452**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	55	55	55	55
DTPS2	Pearson Correlation	.649**	1	.379**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	55	55	55	55
DTPS3	Pearson Correlation	.452**	.379**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.000
	N	55	55	55	55
DayaTanggapPetShop	Pearson Correlation	.841**	.796**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JPS1	JPS2	JPS3	JPS4	JaminanPetS hop
JPS1	Pearson Correlation	1	.464**	.269*	.636**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.047	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS2	Pearson Correlation	.464**	1	.309*	.242	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.022	.075	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS3	Pearson Correlation	.269*	.309*	1	.253	.605**
	Sig. (2-tailed)	.047	.022		.063	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS4	Pearson Correlation	.636**	.242	.253	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.075	.063		.000
	N	55	55	55	55	55
JaminanPetShop	Pearson Correlation	.832**	.698**	.605**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		EPS1	EPS2	EPS3	EmpatiPetShop
EPS1	Pearson Correlation	1	.931**	.865**	.961**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
EPS2	Pearson Correlation	.931**	1	.931**	.984**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
EPS3	Pearson Correlation	.865**	.931**	1	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
EmpatiPetShop	Pearson Correlation	.961**	.984**	.962**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		BFPH1	BFPH2	BFPH3	BFPH4	BFPH5	BFPH6	BFPH7	BuktiFisikPetHotel
BFPH1	Pearson Correlation	1	.320*	-.033	.395*	.258	.146	.315*	.564**
	Sig. (2-tailed)		.044	.841	.012	.108	.368	.048	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH2	Pearson Correlation	.320*	1	.404**	.274	.310	.192	.090	.584**
	Sig. (2-tailed)	.044		.010	.087	.051	.234	.580	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH3	Pearson Correlation	-.033	.404**	1	.383*	.411**	.579**	-.042	.586**
	Sig. (2-tailed)	.841	.010		.015	.009	.000	.798	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH4	Pearson Correlation	.395*	.274	.383*	1	.513**	.371*	.369*	.752**
	Sig. (2-tailed)	.012	.087	.015		.001	.019	.019	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH5	Pearson Correlation	.258	.310	.411**	.513**	1	.638**	.169	.751**
	Sig. (2-tailed)	.108	.051	.009	.001		.000	.297	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH6	Pearson Correlation	.146	.192	.579**	.371*	.638**	1	.069	.667**
	Sig. (2-tailed)	.368	.234	.000	.019	.000		.670	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH7	Pearson Correlation	.315*	.090	-.042	.369*	.169	.069	1	.480**
	Sig. (2-tailed)	.048	.580	.798	.019	.297	.670		.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BuktiFisikPetHotel	Pearson Correlation	.564**	.584**	.586**	.752**	.751**	.667**	.480**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		RPH1	RPH2	RPH3	ReliabilitasPetHotel
RPH1	Pearson Correlation	1	.641**	.710**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
RPH2	Pearson Correlation	.641**	1	.709**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
RPH3	Pearson Correlation	.710**	.709**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
ReliabilitasPetHotel	Pearson Correlation	.886**	.878**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPH1	DTPH2	DTPH3	DayaTanggapPetHotel
DTPH1	Pearson Correlation	1	.617**	.637**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
DTPH2	Pearson Correlation	.617**	1	.396*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.000
	N	40	40	40	40
DTPH3	Pearson Correlation	.637**	.396*	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000
	N	40	40	40	40
DayaTanggapPetHotel	Pearson Correlation	.897**	.779**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		JPH1	JPH2	JPH3	JaminanPetHotel
JPH1	Pearson Correlation	1	.682**	.639**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH2	Pearson Correlation	.682**	1	.692**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH3	Pearson Correlation	.639**	.692**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
JaminanPetHotel	Pearson Correlation	.882**	.890**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EPH1	EPH2	EPH3	EPH4	EPH5	EPH6	EmpatiPetHotel
EPH1	Pearson Correlation	1	.698**	.501**	.458**	.565**	.371*	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.000	.018	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH2	Pearson Correlation	.698**	1	.498**	.545**	.534**	.503**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH3	Pearson Correlation	.501**	.498**	1	.401*	.265	.187	.624**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.010	.098	.249	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH4	Pearson Correlation	.458**	.545**	.401*	1	.530**	.518**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.010		.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH5	Pearson Correlation	.565**	.534**	.265	.530**	1	.450**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.098	.000		.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH6	Pearson Correlation	.371*	.503**	.187	.518**	.450**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.018	.001	.249	.001	.004		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EmpatiPetHotel	Pearson Correlation	.820**	.850**	.624**	.759**	.737**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations							
		BFG1	BFG2	BFG3	BFG4	BFG5	BFG6	BFG7	BFGrooming
BFG1	Pearson Correlation	1	.405**	.629**	.510**	.551**	.070	.360*	.697**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.001	.000	.669	.023	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG2	Pearson Correlation	.405**	1	.366*	.514**	.464**	.044	.252	.610**
	Sig. (2-tailed)	.009		.020	.001	.003	.786	.117	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG3	Pearson Correlation	.629**	.366*	1	.738**	.695**	.118	.461**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.020		.000	.000	.469	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG4	Pearson Correlation	.510**	.514**	.738**	1	.758**	.200	.412**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.215	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG5	Pearson Correlation	.551**	.464**	.695**	.758**	1	.340*	.652**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.032	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG6	Pearson Correlation	.070	.044	.118	.200	.340*	1	.415**	.417**
	Sig. (2-tailed)	.669	.786	.469	.215	.032		.008	.007
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG7	Pearson Correlation	.360*	.252	.461**	.412**	.652**	.415**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.023	.117	.003	.008	.000	.008		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFGrooming	Pearson Correlation	.697**	.610**	.817**	.852**	.902**	.417**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations			
		RG1	RG2	RG3	RGrooming
RG1	Pearson Correlation	1	.465**	.508**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.003	.001	.000
	N	40	40	40	40
RG2	Pearson Correlation	.465**	1	.685**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	40	40	40	40
RG3	Pearson Correlation	.508**	.685**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	40	40	40	40
RGrooming	Pearson Correlation	.775**	.851**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTG1	DTG2	DTG3	DTGrooming
DTG1	Pearson Correlation	1	.873**	.743**	.950**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
DTG2	Pearson Correlation	.873**	1	.672**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
DTG3	Pearson Correlation	.743**	.672**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
DTGrooming	Pearson Correlation	.950**	.917**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JG1	JG2	JG3	JG4	JGrooming
JG1	Pearson Correlation	1	.633**	.508**	.578**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
JG2	Pearson Correlation	.633**	1	.678**	.475**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40
JG3	Pearson Correlation	.508**	.678**	1	.241	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.135	.000
	N	40	40	40	40	40
JG4	Pearson Correlation	.578**	.475**	.241	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.135		.000
	N	40	40	40	40	40
JGrooming	Pearson Correlation	.850**	.862**	.731**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EG1	EG2	EG3	EG4	EG5	EGrooming
EG1	Pearson Correlation	1	.339*	.554**	.377*	.625**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.032	.000	.017	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG2	Pearson Correlation	.339*	1	.427**	.232	.448**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.032		.006	.150	.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG3	Pearson Correlation	.554**	.427**	1	.506**	.514**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG4	Pearson Correlation	.377*	.232	.506**	1	.465**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.017	.150	.001		.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG5	Pearson Correlation	.625**	.448**	.514**	.465**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.002		.000
	N	40	40	40	40	40	40
EGrooming	Pearson Correlation	.824**	.608**	.821**	.672**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 12. Hasil Perhitungan Validitas SPSS Data Persepsi

		Correlations								
		BFPS1	BFPS2	BFPS3	BFPS4	BFPS5	BFPS6	BFPS7	BFPS8	BuktiFisikPetShop
BFPS1	Pearson Correlation	1	.523**	.422**	.529**	.325*	.159	.169	.242	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.015	.248	.218	.075	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS2	Pearson Correlation	.523**	1	.580**	.483**	.495**	.291*	.021	.144	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.031	.878	.295	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS3	Pearson Correlation	.422**	.580**	1	.402**	.543**	.420**	.246	.314*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.002	.000	.001	.070	.019	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS4	Pearson Correlation	.529**	.483**	.402**	1	.486**	.558**	.479**	.573**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS5	Pearson Correlation	.325*	.495**	.543**	.486**	1	.511**	.309*	.354**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000		.000	.022	.008	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS6	Pearson Correlation	.159	.291*	.420**	.558**	.511**	1	.492**	.468**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.248	.031	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS7	Pearson Correlation	.169	.021	.246	.479**	.309*	.492**	1	.752**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.218	.878	.070	.000	.022	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS8	Pearson Correlation	.242	.144	.314*	.573**	.354**	.468**	.752**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.075	.295	.019	.000	.008	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BuktiFisikPetShop	Pearson Correlation	.594**	.648**	.709**	.808**	.724**	.704**	.639**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations			
		RPS1	RPS2	RPS3	ReliabilitasPetShop
RPS1	Pearson Correlation	1	.688**	.681**	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
RPS2	Pearson Correlation	.688**	1	.532**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
RPS3	Pearson Correlation	.681**	.532**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
ReliabilitasPetShop	Pearson Correlation	.927**	.853**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPS1	DTPS2	DTPS3	DayaTanggap PetShop
DTPS1	Pearson Correlation	1	.588**	.602**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
DTPS2	Pearson Correlation	.588**	1	.729**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
DTPS3	Pearson Correlation	.602**	.729**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
DayaTanggapPetShop	Pearson Correlation	.841**	.886**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JPS1	JPS2	JPS3	JPS4	JaminanPetS hop
JPS1	Pearson Correlation	1	.750**	.765**	.492**	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS2	Pearson Correlation	.750**	1	.732**	.604**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS3	Pearson Correlation	.765**	.732**	1	.532**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS4	Pearson Correlation	.492**	.604**	.532**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55
JaminanPetShop	Pearson Correlation	.885**	.901**	.895**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EPS1	EPS2	EPS3	EmpatiPetShop
EPS1	Pearson Correlation	1	.701**	.469**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
EPS2	Pearson Correlation	.701**	1	.470**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
EPS3	Pearson Correlation	.469**	.470**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
EmpatiPetShop	Pearson Correlation	.872**	.879**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		BFG1	BFG2	BFG3	BFG4	BFG5	BFG6	BFG7	BFGrooming
BFG1	Pearson Correlation	1	.404**	.473**	.392*	.472**	.283	.287	.618**
	Sig. (2-tailed)		.010	.002	.012	.002	.077	.073	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG2	Pearson Correlation	.404**	1	.436**	.419**	.205	.267	.495**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.010		.005	.007	.204	.096	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG3	Pearson Correlation	.473**	.436**	1	.657**	.406**	.370*	.422**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005		.000	.009	.019	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG4	Pearson Correlation	.392*	.419**	.657**	1	.525**	.563**	.641**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.012	.007	.000		.001	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG5	Pearson Correlation	.472**	.205	.406**	.525**	1	.682**	.361*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.002	.204	.009	.001		.000	.022	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG6	Pearson Correlation	.283	.267	.370*	.563**	.682**	1	.515**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.077	.096	.019	.000	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG7	Pearson Correlation	.287	.495**	.422**	.641**	.361*	.515**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.073	.001	.007	.000	.022	.001		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFGrooming	Pearson Correlation	.618**	.676**	.707**	.815**	.704**	.733**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		RG1	RG2	RG3	RGrooming
RG1	Pearson Correlation	1	.279	.502**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.082	.001	.000
	N	40	40	40	40
RG2	Pearson Correlation	.279	1	.274	.679**
	Sig. (2-tailed)	.082		.087	.000
	N	40	40	40	40
RG3	Pearson Correlation	.502**	.274	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.001	.087		.000
	N	40	40	40	40
RGrooming	Pearson Correlation	.762**	.679**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTG1	DTG2	DTG3	DTGrooming
DTG1	Pearson Correlation	1	.443**	.545**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000
	N	40	40	40	40
DTG2	Pearson Correlation	.443**	1	.322*	.813**
	Sig. (2-tailed)	.004		.042	.000
	N	40	40	40	40
DTG3	Pearson Correlation	.545**	.322*	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.042		.000
	N	40	40	40	40
DTGrooming	Pearson Correlation	.775**	.813**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		JG1	JG2	JG3	JG4	JGrooming
JG1	Pearson Correlation	1	.705**	.618**	.523**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	39
JG2	Pearson Correlation	.705**	1	.747**	.436**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	40	40	40	40	39
JG3	Pearson Correlation	.618**	.747**	1	.387*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.014	.000
	N	40	40	40	40	39
JG4	Pearson Correlation	.523**	.436**	.387*	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.014		.000
	N	40	40	40	40	39
JGrooming	Pearson Correlation	.738**	.812**	.709**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		EG1	EG2	EG3	EG4	EG5	EGrooming
EG1	Pearson Correlation	1	.583**	.550**	.460**	.498**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG2	Pearson Correlation	.583**	1	.534**	.341*	.473**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.031	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG3	Pearson Correlation	.550**	.534**	1	.466**	.600**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG4	Pearson Correlation	.460**	.341*	.466**	1	.439**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.003	.031	.002		.005	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG5	Pearson Correlation	.498**	.473**	.600**	.439**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.005		.000
	N	40	40	40	40	40	40
EGrooming	Pearson Correlation	.794**	.733**	.816**	.733**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations							
		BFPH1	BFPH2	BFPH3	BFPH4	BFPH5	BFPH6	BFPH7	BuktiFisikPet Hotel
BFPH1	Pearson Correlation	1	.119	.124	.339*	.495**	.389*	.139	.490**
	Sig. (2-tailed)		.464	.447	.032	.001	.013	.393	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH2	Pearson Correlation	.119	1	.672**	.318*	.156	-.021	.378*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.464		.000	.046	.336	.899	.016	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH3	Pearson Correlation	.124	.672**	1	.365*	.236	.052	.393*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.447	.000		.021	.143	.749	.012	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH4	Pearson Correlation	.339*	.318*	.365*	1	.542**	.418**	.185	.666**
	Sig. (2-tailed)	.032	.046	.021		.000	.007	.254	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH5	Pearson Correlation	.495**	.156	.236	.542**	1	.501**	.163	.600**
	Sig. (2-tailed)	.001	.336	.143	.000		.001	.315	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH6	Pearson Correlation	.389*	-.021	.052	.418**	.501**	1	.385*	.519**
	Sig. (2-tailed)	.013	.899	.749	.007	.001		.014	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH7	Pearson Correlation	.139	.378*	.393*	.185	.163	.385*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.393	.016	.012	.254	.315	.014		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BuktiFisikPetHotel	Pearson Correlation	.490**	.688**	.730**	.666**	.600**	.519**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		RPH1	RPH2	RPH3	ReliabilitasPe tHotel
RPH1	Pearson Correlation	1	.291	.411**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.069	.008	.000
	N	40	40	40	40
RPH2	Pearson Correlation	.291	1	.468**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.069		.002	.000
	N	40	40	40	40
RPH3	Pearson Correlation	.411**	.468**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002		.000
	N	40	40	40	40
ReliabilitasPetHotel	Pearson Correlation	.709**	.814**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPH1	DTPH2	DTPH3	DayaTanggap PetHotel
DTPH1	Pearson Correlation	1	.556**	.465**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	40	40	40	40
DTPH2	Pearson Correlation	.556**	1	.424**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000
	N	40	40	40	40
DTPH3	Pearson Correlation	.465**	.424**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.003	.006		.000
	N	40	40	40	40
DayaTanggapPetHotel	Pearson Correlation	.801**	.873**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JPH1	JPH2	JPH3	JaminanPetH otel
JPH1	Pearson Correlation	1	.610**	.571**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH2	Pearson Correlation	.610**	1	.732**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH3	Pearson Correlation	.571**	.732**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
JaminanPetHotel	Pearson Correlation	.851**	.904**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		EPH1	EPH2	EPH3	EPH4	EPH5	EPH6	EmpatiPetHotel
EPH1	Pearson Correlation	1	.466**	.298	.433**	.152	.126	.682**
	Sig. (2-tailed)		.002	.062	.005	.349	.440	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH2	Pearson Correlation	.466**	1	.424**	.317*	.209	.079	.658**
	Sig. (2-tailed)	.002		.006	.046	.196	.626	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH3	Pearson Correlation	.298	.424**	1	.067	.168	.216	.548**
	Sig. (2-tailed)	.062	.006		.680	.299	.181	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH4	Pearson Correlation	.433**	.317*	.067	1	.033	.099	.585**
	Sig. (2-tailed)	.005	.046	.680		.839	.542	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH5	Pearson Correlation	.152	.209	.168	.033	1	.537**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.349	.196	.299	.839		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH6	Pearson Correlation	.126	.079	.216	.099	.537**	1	.571**
	Sig. (2-tailed)	.440	.626	.181	.542	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EmpatiPetHotel	Pearson Correlation	.682**	.658**	.548**	.585**	.585**	.571**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 13. Hasil Perhitungan Validitas SPSS Data Harapan

		Correlations							
		BFG1	BFG2	BFG3	BFG4	BFG5	BFG6	BFG7	BFGrooming
BFG1	Pearson Correlation	1	.748**	.748**	.339*	.250	.368*	.252	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.033	.120	.019	.117	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG2	Pearson Correlation	.748**	1	.827**	.225	.368*	.359*	.428**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.164	.019	.023	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG3	Pearson Correlation	.748**	.827**	1	.225	.368*	.359*	.428**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.164	.019	.023	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG4	Pearson Correlation	.339*	.225	.225	1	.074	.277	.180	.508**
	Sig. (2-tailed)	.033	.164	.164		.651	.084	.267	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG5	Pearson Correlation	.250	.368*	.368*	.074	1	.412**	.569**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.120	.019	.019	.651		.008	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG6	Pearson Correlation	.368*	.359*	.359*	.277	.412**	1	.315*	.625**
	Sig. (2-tailed)	.019	.023	.023	.084	.008		.048	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFG7	Pearson Correlation	.252	.428**	.428**	.180	.569**	.315*	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.117	.006	.006	.267	.000	.048		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFGrooming	Pearson Correlation	.795**	.830**	.830**	.508**	.580**	.625**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations			
		RG1	RG2	RG3	RGrooming
RG1	Pearson Correlation	1	.382*	.307	.736**
	Sig. (2-tailed)		.015	.054	.000
	N	40	40	40	40
RG2	Pearson Correlation	.382*	1	.382*	.794**
	Sig. (2-tailed)	.015		.015	.000
	N	40	40	40	40
RG3	Pearson Correlation	.307	.382*	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.054	.015		.000
	N	40	40	40	40
RGrooming	Pearson Correlation	.736**	.794**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTG1	DTG2	DTG3	DTGrooming
DTG1	Pearson Correlation	1	.431**	.393*	.770**
	Sig. (2-tailed)		.005	.012	.000
	N	40	40	40	40
DTG2	Pearson Correlation	.431**	1	.361*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.005		.022	.000
	N	40	40	40	40
DTG3	Pearson Correlation	.393*	.361*	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.012	.022		.000
	N	40	40	40	40
DTGrooming	Pearson Correlation	.770**	.778**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		JG1	JG2	JG3	JG4	JGrooming
JG1	Pearson Correlation	1	.419**	.572**	.198	.789**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.220	.000
	N	40	40	40	40	40
JG2	Pearson Correlation	.419**	1	.665**	.189	.776**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.243	.000
	N	40	40	40	40	40
JG3	Pearson Correlation	.572**	.665**	1	.265	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.099	.000
	N	40	40	40	40	40
JG4	Pearson Correlation	.198	.189	.265	1	.513**
	Sig. (2-tailed)	.220	.243	.099		.001
	N	40	40	40	40	40
JGrooming	Pearson Correlation	.789**	.776**	.848**	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EG1	EG2	EG3	EG4	EG5	EGrooming
EG1	Pearson Correlation	1	.273	.489**	.145	.416**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.089	.001	.370	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG2	Pearson Correlation	.273	1	.544**	.504**	.307	.713**
	Sig. (2-tailed)	.089		.000	.001	.054	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG3	Pearson Correlation	.489**	.544**	1	.560**	.359*	.805**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.023	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG4	Pearson Correlation	.145	.504**	.560**	1	.504**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.370	.001	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
EG5	Pearson Correlation	.416**	.307	.359*	.504**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.008	.054	.023	.001		.000
	N	40	40	40	40	40	40
EGrooming	Pearson Correlation	.692**	.713**	.805**	.700**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		BFPS1	BFPS2	BFPS3	BFPS4	BFPS5	BFPS6	BFPS7	BFPS8	BuktiFisikPetShop
BFPS1	Pearson Correlation	1	.377**	.274*	.244	.347**	.232	.436**	.533**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.005	.043	.073	.009	.088	.001	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS2	Pearson Correlation	.377**	1	.506**	.537**	.318*	.128	.273*	.221	.693**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.018	.350	.044	.105	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS3	Pearson Correlation	.274*	.506**	1	.436**	.200	.019	.244	.200	.600**
	Sig. (2-tailed)	.043	.000		.001	.143	.891	.072	.143	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS4	Pearson Correlation	.244	.537**	.436**	1	.506**	.138	.310*	.253	.711**
	Sig. (2-tailed)	.073	.000	.001		.000	.316	.021	.062	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS5	Pearson Correlation	.347**	.318*	.200	.506**	1	.293*	.255	.389**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.009	.018	.143	.000		.030	.060	.003	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS6	Pearson Correlation	.232	.128	.019	.138	.293*	1	.367**	.071	.440**
	Sig. (2-tailed)	.088	.350	.891	.316	.030		.006	.608	.001
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS7	Pearson Correlation	.436**	.273*	.244	.310*	.255	.367**	1	.015	.628**
	Sig. (2-tailed)	.001	.044	.072	.021	.060	.006		.916	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BFPS8	Pearson Correlation	.533**	.221	.200	.253	.389**	.071	.015	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000	.105	.143	.062	.003	.608	.916		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
BuktiFisikPetShop	Pearson Correlation	.696**	.693**	.600**	.711**	.640**	.440**	.628**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		RPS1	RPS2	RPS3	ReliabilitasPetShop
RPS1	Pearson Correlation	1	.481**	.545**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
RPS2	Pearson Correlation	.481**	1	.704**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
RPS3	Pearson Correlation	.545**	.704**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
ReliabilitasPetShop	Pearson Correlation	.794**	.864**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPS1	DTPS2	DTPS3	DayaTanggapPetShop
DTPS1	Pearson Correlation	1	.554**	.376**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000
	N	55	55	55	55
DTPS2	Pearson Correlation	.554**	1	.634**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
DTPS3	Pearson Correlation	.376**	.634**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000
	N	55	55	55	55
DayaTanggapPetShop	Pearson Correlation	.773**	.877**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JPS1	JPS2	JPS3	JPS4	JaminanPetShop
JPS1	Pearson Correlation	1	.828**	.532**	.519**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS2	Pearson Correlation	.828**	1	.658**	.493**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS3	Pearson Correlation	.532**	.658**	1	.596**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55
JPS4	Pearson Correlation	.519**	.493**	.596**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55
JaminanPetShop	Pearson Correlation	.861**	.888**	.824**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EPS1	EPS2	EPS3	EmpatiPetShop
EPS1	Pearson Correlation	1	.700**	.380**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000
	N	55	55	55	55
EPS2	Pearson Correlation	.700**	1	.607**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
EPS3	Pearson Correlation	.380**	.607**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000
	N	55	55	55	55
EmpatiPetShop	Pearson Correlation	.814**	.910**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		BFPH1	BFPH2	BFPH3	BFPH4	BFPH5	BFPH6	BFPH7	BuktiFisikPetHotel
BFPH1	Pearson Correlation	1	.731**	.585**	.788**	.658**	.674**	.751**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH2	Pearson Correlation	.731**	1	.701**	.789**	.702**	.648**	.784**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH3	Pearson Correlation	.585**	.701**	1	.678**	.692**	.562**	.649**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH4	Pearson Correlation	.788**	.789**	.678**	1	.691**	.635**	.758**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH5	Pearson Correlation	.658**	.702**	.692**	.691**	1	.628**	.646**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH6	Pearson Correlation	.674**	.648**	.562**	.635**	.628**	1	.734**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BFPH7	Pearson Correlation	.751**	.784**	.649**	.758**	.646**	.734**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
BuktiFisikPetHotel	Pearson Correlation	.863**	.890**	.812**	.885**	.841**	.816**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		RPH1	RPH2	RPH3	ReliabilitasPetHotel
RPH1	Pearson Correlation	1	.722**	.804**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
RPH2	Pearson Correlation	.722**	1	.826**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
RPH3	Pearson Correlation	.804**	.826**	1	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
ReliabilitasPetHotel	Pearson Correlation	.913**	.916**	.947**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		DTPH1	DTPH2	DTPH3	DayaTanggap PetHotel
DTPH1	Pearson Correlation	1	.639**	.597**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
DTPH2	Pearson Correlation	.639**	1	.650**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
DTPH3	Pearson Correlation	.597**	.650**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
DayaTanggapPetHotel	Pearson Correlation	.855**	.870**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		JPH1	JPH2	JPH3	JaminanPetH otel
JPH1	Pearson Correlation	1	.830**	.711**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH2	Pearson Correlation	.830**	1	.747**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
JPH3	Pearson Correlation	.711**	.747**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
JaminanPetHotel	Pearson Correlation	.922**	.935**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		EPH1	EPH2	EPH3	EPH4	EPH5	EPH6	EmpatiPetHotel
EPH1	Pearson Correlation	1	.709**	.709**	.548**	.656**	.591**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH2	Pearson Correlation	.709**	1	.913**	.826**	.873**	.774**	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH3	Pearson Correlation	.709**	.913**	1	.746**	.788**	.693**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH4	Pearson Correlation	.548**	.826**	.746**	1	.780**	.661**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH5	Pearson Correlation	.656**	.873**	.788**	.780**	1	.731**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EPH6	Pearson Correlation	.591**	.774**	.693**	.661**	.731**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
EmpatiPetHotel	Pearson Correlation	.800**	.961**	.914**	.862**	.911**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

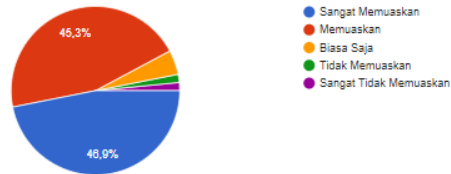
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 14. Bukti Foto Implementasi Perbaikan Pet Colony

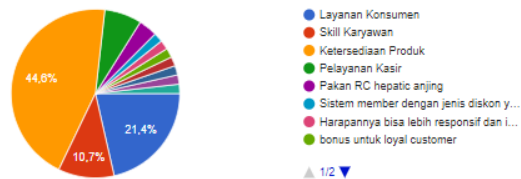
Bagaimana menurut Anda produk dan pelayanan pet shop Pet Colony?

64 tanggapan



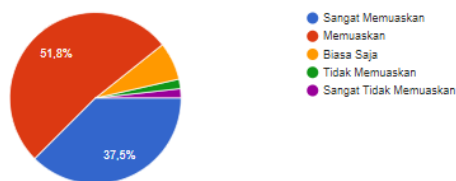
Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan pet shop Pet Colony?

56 tanggapan



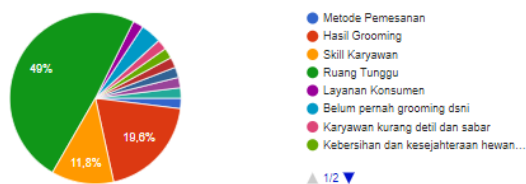
Bagaimana menurut Anda hasil dan pelayanan grooming Pet Colony?

56 tanggapan



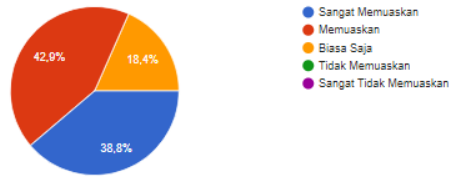
Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan grooming Pet Colony?

51 tanggapan



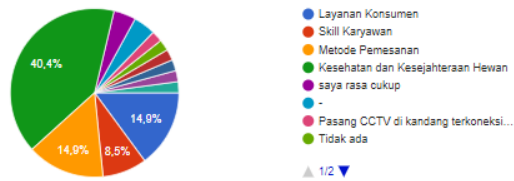
Bagaimana menurut Anda penilaian terhadap pelayanan pet hotel Pet Colony?

49 tanggapan



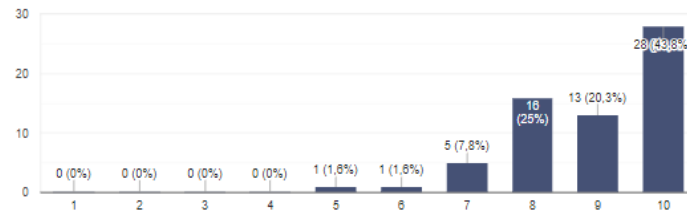
Hal apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan pet hotel Pet Colony?

47 tanggapan



Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan Pet Colony ke teman atau kerabat Anda?

64 tanggapan



Adakah keluhan yang ingin Anda sampaikan?

39 tanggapan

-

tidak ada

Grooming anjing kadang tidak kering

Lampiran 15. Pet Colony

